

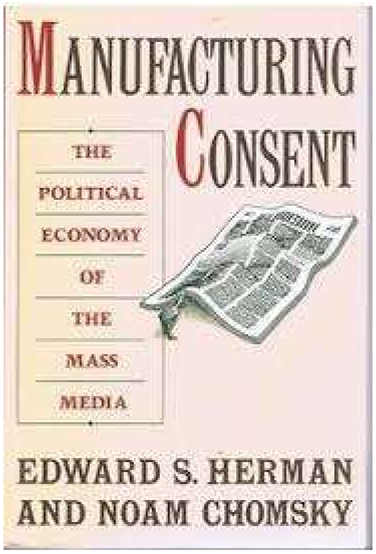
استراتيجيات التحكم في الشعوب

اعداد وكتابة / صالح بن عبدالله السليمان

قائمة المحتويات

المقدمة

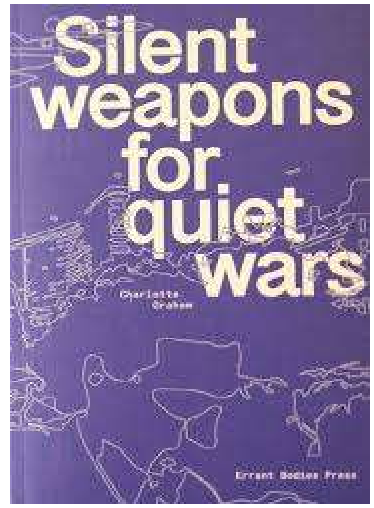
السياق والمصدر الحقيقي



ينسب الكثير من الكتاب والمحللين ما ينشر عن "10 استراتيجيات للتحكم في الشعوب" إلى الفيلسوف والناقد الاجتماعي الأمريكي نعوم تشومسكي. وقائمة ال 10 أستراتيجيات انتشرت على نطاق واسع في الإنترنت والمنصات الاجتماعية، خاصة باللغة العربية، وتُعتبر من أكثر النصوص تأثيرًا في نقاشات السيطرة الإعلامية والاجتماعية.

هذا الانتساب خطأ شائع وغير دقيق. تشومسكي لم يكتب هذه الاستراتيجيات، ولم يذكرها في أعماله الرئيسية مثل كتابه الشهير "صناعة التوافق" (Manufacturing Consent) الذي يتحدث عن آليات الدعاية الإعلامية.

قدي يكون المصدر الحقيقي لهذه الاستراتيجيات هذه القائمة مستوحاة من وثيقة نظرية المؤامرة المعروفة باسم "أسلحة صامتة لحروب هادئة" (Silent Weapons for Quiet Wars)، وهي نص مجهول المؤلف نشر في السبعينيات كجزء من نظريات المؤامرة حول السيطرة الحكومية والاقتصادية على المجتمعات. يبني الكثير من الكتاب والمحللين آرائهم وتحليلاتهم على وثيقة "أسلحة صامتة" الخيالية، دون تمييز واضح بين الحقيقة والخيال، مما يعطي طابعًا مؤامراتي غير مدعوم علميًا.



الوثيقة تُعتبر خيالية أو ساخرة في الأساس، وانتشرت عبر الإنترنت دون أي صلة رسمية بتشومسكي. في الواقع، نفى تشومسكي أي ارتباط بها، ويُستخدم اسمه هنا لإضفاء مصداقية إضافية على النص.

رغم ذلك، القائمة مثيرة للاهتمام وتلمس قضايا حقيقية حول كيفية عمل الإعلام والسلطة، وتشومسكي نفسه تحدث عن مواضيع مشابهة (مثل الإلهاء والدعاية)، لكنه لم يقدمها بهذا الشكل المبسط. إليك تلخيصًا للاستراتيجيات كما وردت في النص، مع بعض الملاحظات المختصرة للتوضيح (بناءً على السياق الأوسع لأفكار تشومسكي الحقيقية حيث تتقاطع).

في هذا الكتاب نبتعد عن التحليل المؤامراتي ونحلل واقعنا السياسي والاجتماعي ونحاول الغوص في واقعنا في الشرق الأوسط اليوم ونبتعد عن خرافة المؤامرة التي يحاول البعض اثباتها.

الترتيب المنطقي هنا يتبع تسلسلًا يبدأ بالإلهاء السطحي (لإبعاد الانتباه)، ثم ينتقل إلى استغلال الأزمات والتغييرات البطيئة (لفرض السيطرة دون مقاومة)، فالتأثير النفسي والعاطفي (لإضعاف النقد)، وأخيرًا الاستراتيجيات الثقافية والعلمية (للحفاظ على الجهل والسيطرة الدائمة). تم دمج التكرارات (مثل "الإلهاء" و"التشتيت") في قسم واحد للاختصار والوضوح.

1. استراتيجية الإلهاء (التشتيت):

التركيز على التفاهات لإبعاد الانتباه

حافظوا على تحويل انتباه الرأي العام بعيداً عن المشاكل الاجتماعية الحقيقية والهوه بمسائل تافهة لا أهمية لها. أبقُوا الجمهور مشغولاً، مشغولاً، مشغولاً دون أن يكون لديه أي وقت للتفكير، فقط عليه العودة إلى المزرعة مع غيره من الحيوانات الأخرى. "مقتطف وثيقة أسلحة صامتة من أجل خوض حروب هادئة."

شرح موسع للاستراتيجية: آليات الإلهاء كأداة سيطرة ناعمة

تُعد استراتيجية الإلهاء واحدة من أقدم وأكثر الآليات فعالية في السيطرة على الشعوب، حيث تعتمد على تحويل الطاقة الجماعية من القضايا الحرجة مثل الفقر، الفساد، أو النزاعات الاجتماعية إلى دوامة من الترفيه السطحي والأحداث اليومية غير الجوهرية. في جوهرها، تُشبه هذه الاستراتيجية "الحروب الهادئة" المذكورة في الوثيقة الأسطورية "أسلحة صامتة لحروب هادئة"، حيث لا تحتاج إلى قمع عنيف بل إلى إغراق الجمهور في بحر من المحتوى الذي يُشبع الرغبات الفورية دون إثارة التساؤلات العميقة. الفعالية تكمن في استغلال طبيعة الدماغ البشري، الذي يفضل الإشباع السريع (مثل الفيديوهات القصيرة أو الدراما الشخصية) على التحليل الطويل الأمد، مما يؤدي إلى "إرهاق معرفي" يمنع تشكيل رأي عام متماسك. في السياق الرقمي الحديث، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي، مثل TikTok وإنستغرام، الأداة الأمثل، حيث تُصمم الخوارزميات لتعزيز "فقاعات

الترفيه"، مما يجعل الجمهور يشعر بالرضا الزائف دون مواجهة الواقع. هذا النهج ليس عشوائياً؛ إنه مدروس، حيث يُمول من قبل الدول أو الشركات للحفاظ على الاستقرار، كما يُبرز ناقدون مثل نعوم تشومسكي في أعماله عن "صناعة التوافق"، حيث يُعامل الإعلام الجمهور كـ"حيوانات في المزرعة" تُدار بغذاء تافه.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الذكاء الاصطناعي والمؤثرين، تتطور الاستراتيجية لتشمل حملات مدعومة تقنياً، مثل إنشاء محتوى آلي يُغرق المنصات بمواضيع تافهة أثناء الأزمات. على سبيل المثال، يُستخدم "السبرت ووشينغ" (غسل الصورة عبر الرياضة) أو حملات المؤثرين لصقل صورة الدولة، بينما تُدار حملات دعاية لإسكات المعارضين عبر الهجمات الإلكترونية. هذا يخلق دورة مغلقة: الجمهور يقضي ساعات يومياً على الترفيه، مما يقلل من وقته للقراءة أو الاحتجاج، ويُعزز الشعور بالعزلة الفردية. في الشرق الأوسط، حيث تتقاطع السياسة مع الاقتصاد النفطي والنزاعات الإقليمية، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكام الاستبداديين للحفاظ على السلطة دون مواجهة مباشرة، كما في تمويل حملات عبر الإنترنت للترويج للصورة الوطنية بينما يُلهى عن الانتهاكات الحقوقية.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- مصر (2024) : غمرت حملات TikTok محتوى ترفيهياً فيروسياً حول المشاهير والتحديات السخيفة، مما ألهى الجمهور عن الأزمة

الاقتصادية والتضخم الذي تجاوز 30%، خاصة أثناء الانتخابات الرئاسية حيث ركز الإعلام على الدراما الشخصية بدلاً من الإصلاحات الاجتماعية.

- لبنان (2025) : أثناء تفاقم الأزمة المصرفية، انتشرت حملات فيروسية على إنستغرام حول حفلات المشاهير، مما أبعد الانتباه عن إصلاحات البنوك والفساد الحكومي، كما ورد في تقارير عن "الترفيه كمخدر اجتماعي" خلال الانتخابات المحلية.

- الإمارات (2025) : أطلقت حملات تسويقية مدعومة بالذكاء الاصطناعي لترويج الترفيه، مما غمر المنصات بمحتوى سطحي حول الحفلات أثناء ارتفاع أسعار الإيجارات بنسبة 20%.

- تونس (2024) : غمرت حملات TikTok محتوى ترفيهياً حول التحديات الراقصة، مما ألهى الشباب عن الأزمة الاقتصادية والتضخم الذي وصل إلى 80% من الدين العام، حيث ركز الإعلام الرسمي على "الإنجازات الثقافية" بدلاً من نقاش الإصلاحات السياسية والاقتصادية.

2. استراتيجية خلق المشكلة وتقديم الحل

استغلال الأزمات المصطنعة

تستخدم هذه الاستراتيجية عندما يريد من هم في السلطة أن يمرروا قرارات معينة قد لا تحظى بالقبول الشعبي إلا في حضور الأزمة التي قد تجعل الناس أنفسهم يطالبون باتخاذ تلك القرارات لحل الأزمة، وتعرف بطريقة "المشكلة – رد الفعل – الحل" من خلال اختلاق موقف أو مشكلة يستدعي رد فعل الجمهور فعلى سبيل المثال: دع العنف ينتشر في المناطق الحضرية أو قم بالتحضير لهجمات دموية، مما يجعل الجمهور هو الذي يطالب السلطة باتخاذ إجراءات وقوانين وسياسات أمنية تَحُد من حريته، أو اختلق أزمة اقتصادية للقبول بحل ضروري، يجعل الناس يغضون الطرف عن حقوقهم الاجتماعية وتردي الخدمات العامة باعتبار ذلك الحل "شر" لابد منه.

شرح موسع للاستراتيجية: "المشكلة – رد الفعل – الحل" كأداة للسيطرة المتعمدة

تُعرف استراتيجية "خلق المشكلة وتقديم الحل"، أو ما يُشار إليه بـ"Problem Reaction Solution" (PRS)، بأنها آلية نفسية وسياسية تُستخدم لفرض تغييرات جذرية غير مرغوبة شعبياً من خلال هندسة أزمات مصطنعة أو مُضخمة. في جوهرها، تتكون من ثلاث مراحل مترابطة: أولاً، خلق المشكلة (Problem)، حيث تُصنع أو تُفاقم أزمة حقيقية أو وهمية، مثل هجمات أمنية أو انهيار اقتصادي، غالباً بتدخل خفي

من الجهات الحاكمة أو حلفائها. ثانياً، إثارة رد الفعل (Reaction)، حيث يُشعل الإعلام والدعاية الخوف والغضب الشعبي، مما يدفع الجمهور إلى الضغط على السلطة لطلب "حلول فورية". ثالثاً، تقديم الحل (Solution)، الذي يكون عادةً قرارات تقلل من الحريات أو تعزز السيطرة، مثل قوانين طوارئ أو إصلاحات اقتصادية قاسية، ويُقدم كـ"الخيار الوحيد" لإنهاء الأزمة. هذه الاستراتيجية مستوحاة من نظريات الدعاية الحديثة، كما في كتابات ديفيد إيك، وتُشبه "الحروب الهادئة" في وثيقة "أسلحة صامتة"، حيث تُستغل العواطف البشرية للخوف والحاجة إلى الأمان لتحويل الشعب من ضحية إلى مشارك طوعي في تقييد نفسه. فعاليتها تكمن في أنها تحول السلطة من "مُهاجم" إلى "منقذ"، مما يقلل من المقاومة ويُعزز الشرعية، خاصة في الدول الاستبدادية حيث يُسيطر على الإعلام. في الشرق الأوسط، حيث تتداخل النزاعات الإقليمية مع الضغوط الاقتصادية، أصبحت هذه الاستراتيجية شائعة لتبرير الرقابة والتدخلات الخارجية، كما يُبرز تحليلات تشومسكي في "صناعة التوافق" كيف يُصنع الإعلام "الأزمات" لدعم السياسات النخبوية.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، تتطور PRS لتشمل حملات دعائية مدعومة بالذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل، حيث تُضخم الأزمات عبر هاشتاجات فيروسية أو أخبار مزيفة لإثارة رد فعل جماعي سريع. على سبيل المثال، يُستخدم الإعلام الرسمي لربط "التهديدات الخارجية" بالأمن الداخلي، مما يبرر قوانين التجسس أو الخصخصة كـ"حلول ضرورية". هذا

يخلق دورة: الأزمة تُصنع (مثل تصعيد نزاع حدودي)، الرد يُثار (عبر حملات خوف على تويتر/X)، والحل يُفرض (مثل حالات طوارئ تمتد لسنوات). في الشرق الأوسط، مع تزايد التوترات الجيوسياسية مثل الصراع في غزة أو اليمن، أصبحت PRS أداة للحكومات لتعزيز التحالفات الإقليمية أو جذب استثمارات أجنبية، لكنها تُفاقم الفجوات الاجتماعية، حيث يدفع الفقراء ثمن "الحلول" بفقدان الحقوق. النتيجة: شعب يطالب بما يُضر به، كما في حالات الرقابة الرقمية التي تُبرر بـ"مكافحة الإرهاب".

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- سوريا (2025) : بعد سقوط نظام الأسد، أدى تصعيد التوترات الأمنية المصطنعة إلى مطالبة الجمهور بتدخلات خارجية من دول الخليج، مما سمح بفرض قوانين طوارئ جديدة تحد من الحريات، كما وثقت تقارير عن "التغييرات السياسية السريعة" في المنطقة. مع اندلاع عنف طائفي في الجنوب (أكثر من 1000 قتيل في يوليو) وتمردات ساحلية في مارس، أدخلت الحكومة الانتقالية إصلاحات أمنية تُوسع الرقابة، مدعية "الحماية من الفوضى"، مما سمح بدخول قوات خليجية ورفع بعض العقوبات الغربية.

- مصر (2024): تفاقم الأزمة الاقتصادية – مع ديون خارجية بلغت 152.9 مليار دولار وتضخم تجاوز 30% – إلى حملات إعلامية تُضخم "التهديدات الخارجية" مثل تأثير الصراع في غزة، مما دفع الجمهور إلى قبول اتفاقيات IMF الجديدة التي شملت خفض الإنفاق الاجتماعي

وخصخصة الأصول الحكومية، رغم أنها أدت إلى ارتفاع الأسعار وفقدان الدعم الحكومي، كـ"حل ضروري" لتجنب الانهيار.

- تونس (2025): تمديد الرئيس قيس سعيد لحالة الطوارئ حتى نهاية العام إلى إثارة مخاوف أمنية مصطنعة من "الفوضى الإرهابية"، مما دفع الجمهور إلى قبول قوانين طوارئ جديدة تحد من التجمعات والإعلام، كـ"حل للأزمة الاقتصادية" التي بلغ فيها الدين 80% من الناتج المحلي، رغم أنها استخدمت لقمع المعارضة.

- لبنان (2025): تفاقم الأزمة المالية – مع خسائر تصل إلى 70 مليار دولار من الانهيار البنكي منذ 2019 – إلى حملات إعلامية تُضخم "الفجوة المالية"، مما دفع الجمهور إلى قبول خطة "القانون المالي" التي تعوض الودائع الصغيرة (أقل من 100 ألف دولار) على 3-5 سنوات، لكنها تحمي البنوك من المساءلة وتؤجل الإصلاحات الكبرى، كـ"حل ضروري" لتجنب الانهيار الكامل، رغم أنها تُفاقم الفقر الذي يصيب 80% من السكان.

- الأردن (2025): تأثير الصراع في غزة على الاقتصاد – مع نمو بطيء عند 2.6% رغم الدعم – إلى حملات إعلامية تُضخم "الصدمة الإقليمية"، مما دفع الجمهور إلى قبول برنامج IMF الجديد بـ1.2 مليار دولار لأربع سنوات، الذي يشمل تحرير التجارة وتقليص الإنفاق، كـ"حل للاستقرار"، رغم أنه يُفاقم التضخم ويقلل الدعم الاجتماعي دون معالجة الفساد.

- سوريا (2025): اندلاع تمردات ساحلية في مارس بعد سقوط الأسد إلى حملات إعلامية تُضخم "الفوضى الطائفية"، مما دفع الجمهور إلى

قبول تدخلات عسكرية من دول الخليج، كـ"حل أمني"، رغم أنها أدخلت قوات إقليمية وفرضت قوانين طوارئ جديدة تحد من الحريات، مما ساعد في رفع بعض العقوبات الغربية لكنها عززت السيطرة على المناطق الشمالية.

- العراق (2025): تباطؤ النمو غير النفطي إلى 2.5% – وفقاً لتقرير IMF – إلى حملات إعلامية تُضخم "الضغوط المالية"، مما دفع الجمهور إلى قبول إصلاحات IMF التي تشمل خفض الإنفاق وتحرير الأسعار، كـ"حل للانتخابات 2025"، رغم أنها تُفاقم التضخم إلى 3.5% وتقلل الخدمات الاجتماعية دون مواجهة الفساد الهيكلي.

- ليبيا (2025) : انخفاض نمو الناتج المحلي الإجمالي إلى 2% في 2024 بسبب تعطيل إنتاج النفط – وفقاً لتقرير صندوق النقد الدولي – إلى حملات إعلامية تُضخم "الأزمة الاقتصادية"، مما دفع الجمهور إلى قبول استشارات المادة الرابعة لعام 2025 التي توصي بإصلاحات هيكلية مثل خفض الرواتب الحكومية (التي بلغت 30% من الناتج المحلي) وتعزيز القطاع الخاص، كـ"حل ضروري" للتنويع الاقتصادي، رغم أنها تُفاقم البطالة وتقلل الخدمات دون حل الجمود السياسي بين الشرق والغرب.

- اليمن (2025) : تأثير هجمات الحوثيين على الشحن في البحر الأحمر (أكثر من 190 هجوماً حتى أكتوبر 2024) إلى حملات إعلامية تُضخم "التأثير الاقتصادي العالمي"، مما دفع الجمهور إلى قبول خطة الاستجابة الإنسانية لعام 2025 بـ2.47 مليار دولار، كـ"حل للأزمة"، رغم أن

تمويلها بلغ 5% فقط بحلول مارس، مما قلص الدعم الحياتي لـ19 مليون شخص وأوقف الإصلاحات السياسية.

3. استراتيجية التدرج:

التغيير البطيء لتجنب الرفض الشعبي

لتحقيق ما يمكن قبوله من تدابير عليك، يمكنك تقبله تدريجياً قطرة بقطرة، فخلال الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي تم فرض عدد من الظروف الاجتماعية والاقتصادية الجديدة والمختلفة بشكل جذري عن سابقتها تدريجياً، وأدت إلى ازدياد نسبة البطالة، ومرتبات غير لائقة، وعدم الاستقرار، واللامركزية والتوسع في الخصخصة، ونقل الملكيات من إدارة لأخرى، والعديد من التغييرات الجذرية التي كانت ستتسبب في ثورة لو تم تطبيقها دفعة واحدة.

مثال معاصر: في العراق عام 2025، تم تطبيق خصخصة قطاع النفط تدريجياً من خلال صفقات صغيرة مع شركات أمريكية، مما أدى إلى زيادة البطالة بين العمال المحليين دون مقاومة كبيرة، كجزء من "الإصلاحات الاقتصادية" المرتبطة بإدارة ترامب الثانية.

شرح موسع للاستراتيجية: التدرج كوسيلة لفرض التغييرات الجذرية دون مقاومة

تُعد استراتيجية التدرج (Gradualism) أحد أبرز أدوات السيطرة الاجتماعية والاقتصادية، حيث تعتمد على تطبيق التغييرات الراديكالية ببطء وتدريجياً لتجنب إثارة الرفض الشعبي أو الثورات المحتملة. في جوهرها، تُقسم الإصلاحات الكبرى – مثل الخصخصة، خفض الإنفاق العام، أو إعادة هيكلة الاقتصاد – إلى خطوات صغيرة "قطرة بقطرة"، مما

يجعلها تبدو طبيعية وغير مؤذية في البداية، ثم تتراكم لتشكل تحولاً جذرياً. هذه الطريقة مستوحاة من تجارب القرن العشرين، كما في الثمانينيات والتسعينيات حيث أدخلت الرأسمالية النيوليبرالية تغييرات تدريجية أدت إلى بطالة واسعة، انخفاض الأجور، وعدم الاستقرار الاجتماعي، لكن دون ثورات فورية بسبب عدم الإدراك الكامل للتأثير التراكمي. الفعالية تكمن في استغلال "التكيف النفسي" للجمهور، حيث يتأقلم الناس مع التغييرات الصغيرة ويفقدون القدرة على التنبؤ بالكارثة النهائية، مما يحول الغضب المحتمل إلى إحباط فردي. في السياق الحديث، ترتبط هذه الاستراتيجية بـ"الإصلاحات الهيكلية" المدعومة من مؤسسات مثل صندوق النقد الدولي (IMF)، حيث تُفرض كـ"ضرورية" للاستقرار، لكنها في الواقع تعزز سيطرة النخب والشركات الأجنبية. كما يُبرز نعوم تشومسكي في أعماله، يُستخدم التدرج لتحويل "الثورات المضادة" إلى "تكيف سلبي"، مما يحافظ على السلطة دون عنف مباشر.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، يُدعم التدرج بحملات دعائية تُقدم الإصلاحات كـ"نجاحات تدريجية" عبر وسائل التواصل، مما يخفي التأثيرات السلبية مثل زيادة البطالة أو التفاوت الطبقي. على سبيل المثال، تُستخدم الخوارزميات لترويج قصص "الإنجازات الجزئية" (مثل صفقات خصخصة صغيرة) بينما تُخفي التقارير عن الانهيار الاجتماعي، مما يخلق "فقاعة إيجابية" تحول دون الاحتجاجات. هذا يُعزز "الإرهاق الرقمي"، حيث يقضي الجمهور وقته في الترفيه بدلاً من التنظيم. في الشرق الأوسط،

مع اعتماد الاقتصادات على النفط والمساعدات الدولية، أصبح التدرج أداة للحكومات لفرض برامج IMF أو رؤى مثل "رؤية 2030"، حيث تُطبق الخصخصة تدريجياً لتجنب الاضطرابات، لكنها تُفاقم الفجوات الاجتماعية على المدى الطويل. النتيجة: تغييرات جذرية تُقبل كـ"طبيعية"، مما يحافظ على الاستقرار السياسي على حساب العدالة الاجتماعية.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- العراق (2025) : تم تطبيق خصخصة قطاع النفط تدريجياً من خلال صفقات صغيرة مع شركات أمريكية، مما أدى إلى زيادة البطالة بين العمال المحليين دون مقاومة كبيرة، كجزء من "الإصلاحات الاقتصادية" المرتبطة بإدارة ترامب الثانية. هذه الصفقات، المدعومة من إدارة ترامب مثل اتفاقيات الغاز في كردستان، أدت إلى نمو غير نفطي بطيء بنسبة 2.5%، مع تأجيل الخصخصة الكاملة لتجنب التوترات الطائفية، رغم أنها عززت الاعتماد على الاستثمارات الأجنبية.

- مصر (2024-2025) : أدى برنامج IMF البالغ 8 مليار دولار إلى تطبيق تدريجي للخصخصة والإصلاحات الهيكلية، حيث بدأ بـ"سياسة الملكية الحكومية" وبرنامج بيع الأصول، مما قلص دور الدولة في الاقتصاد دون صدمات فورية، رغم تأخير التنفيذ الكامل لتجنب الاحتجاجات، مع نمو يصل إلى 4.3% في 2025.

- تونس (2025) : أدى خطة التنمية 2023-2025 إلى تحرير تدريجي للاقتصاد، حيث بدأت بإصلاحات المنافسة وإنهاء الأسعار الثابتة، مما فتح

أبواب الاستثمار في قطاعات محظورة سابقاً، مع نمو يصل إلى 1.9% دون اضطرابات كبيرة، رغم ارتفاع الدين إلى 80% من الناتج المحلي.

- الأردن (2024-2025) : أدى برنامج IMF الممتد لأربع سنوات (بقيمة 1.2 مليار دولار) إلى تطبيق تدريجي لخفض الدين العام إلى 80% من الناتج المحلي بحلول 2028، حيث بدأ بإصلاحات مالية صغيرة مثل تحسين الإيرادات الضريبية وتقليص الإنفاق غير الفعال، مما سمح بتقليل العجز المالي دون صدمات اجتماعية كبيرة، رغم أنه أدى إلى زيادة التضخم إلى 2.6% في 2024، كجزء من "الاستقرار التدريجي" المدعوم من الصندوق.

4. استراتيجية التأجيل

الوعود المؤجلة للقبول الزمني

واحد من الطرق التي يتم استخدامها لتمرير قرار غير مقبول شعبياً، هو تقديمه على أنه "موجع ولكنه ضروري"، فمن الأسهل أن يتقبل العامة قرارًا مستقبليًا على أن يتقبلوا قرارًا فوريًا، وذلك لأن المجهود المطلوب من العامة لن يتم بذلك بشكل فوري، كما أن هناك اتجاه عام لديهم بأن "المستقبل دائما أفضل" ومن الممكن أن نتجنب التضحية المطلوبة، وهذا يعطي مزيدًا من الوقت للعامة كي يتأقلموا مع القرار وقبوله حتى يحين وقت تنفيذه.

مثال معاصر: في الأردن خلال مؤتمر COP29 عام 2024، وعدت الحكومة بتقليل الانبعاثات بنسبة 45% بحلول 2030، لكن التنفيذ مؤجل إلى "المراحل المستقبلية"، مما سمح للحكومة بتجنب التزامات فورية، بينما يتقبل الجمهور الوعود دون ضغط حالي، رغم تفاقم الكوارث المناخية في المنطقة.

مثال معاصر آخر: في اتفاقيات أبراهام عام 2025، تأجلت التنفيذ الكامل للتطبيع بين إسرائيل والدول العربية إلى "المراحل اللاحقة"، مما سمح بتجنب الالتزامات الفورية رغم الوعود، كما أبرزت تقارير عن "التغييرات الجيوسياسية" في الشرق الأوسط.

شرح موسع للاستراتيجية: التأجيل كأداة للقبول النفسي والزمني

تُعد استراتيجية التأجيل (Postponement) واحدة من أكثر الآليات خفاءً في فرض السياسات غير الشائعة، حيث تعتمد على تأجيل التنفيذ الفوري للقرارات "المؤلمة" إلى المستقبل البعيد، مما يستغل الاتجاه النفسي العام لدى الجمهور بأن "المستقبل دائماً أفضل" أو قابل للتغيير. في جوهرها، تُقدم الوعود كـ"ضرورية ومؤقتة"، مثل خفض الإنفاق الاجتماعي أو قوانين أمنية صارمة، مع تأجيل التأثيرات السلبية إلى سنوات لاحقة، مما يمنح الشعب وقتاً للتأقلم العاطفي والقبول السلبي. هذه الطريقة مستوحاة من علم النفس الاجتماعي، حيث يقلل التأجيل من "الألم الفوري" ويحول التركيز إلى "الأمل المؤجل"، مما يقلل من الاحتجاجات الآنية. في السياق التاريخي، استخدمت في الثمانينيات مع الإصلاحات النيوليبرالية، حيث أُجلت التأثيرات الاجتماعية لتجنب الثورات، كما في برامج الخصخصة التي بدت "مؤقتة" لكنها أصبحت دائمة. فعاليتها تكمن في خلق "وهم الاختيار"، حيث يشعر الجمهور بأنه يمكن تجنب التضحية، بينما يُبنى الإجماع تدريجياً. كما يُبرز نعوم تشومسكي في نقده للدعاية، يُستخدم التأجيل لتحويل "القرارات المرفوضة" إلى "وعود بريئة"، مما يحافظ على الشرعية السياسية دون مواجهة مباشرة.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، يُدعم التأجيل بحملات تسويقية تُركز على "الرؤى المستقبلية" عبر وسائل التواصل، مثل فيديوهات "التقدم المؤجل" أو هاشتاجات FutureNow، مما يخفي التأثيرات السلبية ويبني تفاؤلاً زائفاً. على سبيل المثال، تُستخدم الخوارزميات لترويج الوعود الطويلة

الأمد (مثل أهداف 2030) بينما تُؤجل النقاشات الحالية، مما يخلق "فقاعة أمل" تحول دون الضغط الشعبي. هذا يُعزز "الإرهاق السياسي"، حيث يقبل الجمهور الانتظار بدلاً من الفعل. في الشرق الأوسط، مع الاعتماد على التمويل الدولي والنزاعات الإقليمية، أصبح التأجيل أداة للحكومات لفرض برامج IMF أو اتفاقيات سلام، حيث تُؤجل الالتزامات لتجنب الاضطرابات، لكنها تُفاقم الأزمات على المدى الطويل. النتيجة: وعود تُنسى أو تُعدل، مما يحافظ على السلطة دون مساءلة فورية.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- الأردن (COP29، 2024) : وعدت الحكومة بتقليل الانبعاثات بنسبة 45% بحلول 2030، لكن التنفيذ مؤجل إلى "المراحل المستقبلية"، مما سمح للحكومة بتجنب التزامات فورية، بينما يتقبل الجمهور الوعود دون ضغط حالي، رغم تفاقم الكوارث المناخية في المنطقة. هذا الوعد، الذي جاء في سياق دور الشرق الأوسط المتزايد في المناخ كما في COP28، أدى إلى زيادة الوعي دون تغييرات حالية، مع ارتفاع درجات الحرارة ضعف المتوسط العالمي في المنطقة.

- اتفاقيات أبراهام (2025) : تأجلت التنفيذ الكامل للتطبيع بين إسرائيل والدول العربية إلى "المراحل اللاحقة"، مما سمح بتجنب الالتزامات الفورية رغم الوعود، كما أبرزت تقارير عن "التغييرات الجيوسياسية" في الشرق الأوسط. مع تغييرات السلطة في 2025 حيث اكتسبت المجموعات

السنية نفوذاً، أدى التأجيل إلى تجميد التنفيذ الكامل لتجنب التوترات الداخلية، رغم الوعود الرسمية في قمم الخليج.

- مصر (2025) : أدى برنامج IMF الجديد إلى تأجيل التنفيذ الكامل للإصلاحات الهيكلية إلى 2026-2028، حيث وُعد بتقليل الدين العام تدريجياً، مما سمح بتجنب خفض فوري للإنفاق الاجتماعي رغم التضخم الذي تجاوز 30% في 2024، كـ"حل مستقبلي" يُقبل بسبب "الأمل في الاستقرار"، رغم أزمات الطاقة والغذاء الحالية. هذا التأجيل جاء بعد إكمال المراجعة الرابعة في مارس 2025، مع احتمال دمج المراجعات الخامسة والسادسة بسبب بطء الإصلاحات الهيكلية، مما أدى إلى تأخير الدفعات الجديدة حتى أكتوبر 2025.

- العراق (2025) : أدى تقرير IMF للمراجعة السنوية (Article IV) إلى تأجيل الإصلاحات الهيكلية في سوق العمل والقطاع المالي إلى ما بعد الانتخابات في نوفمبر 2025، حيث وُعد بمضاعفة الناتج غير النفطي بنسبة 2.5%، مما سمح بتجنب خفض فوري للإنفاق العام رغم العجز المالي، كـ"حل مستقبلي" يُقبل بسبب "الأمل في الانتخابات"، رغم بطء النمو غير النفطي في 2024.

- تونس (2025) : أدى رفض الرئيس قيس سعيد لشروط IMF إلى تأجيل الصفقة البالغة 1.9 مليار دولار إلى أكتوبر 2025، حيث وُعد بـ"إصلاحات اقتصادية" تدريجية بحلول 2026، مما سمح بتجنب خفض فوري للدعم الاجتماعي رغم الدين الذي يصل إلى 80% من الناتج

المحلي، كـ"حل سيادي" يُقبل بسبب "الأمل في التعافي"، رغم الصراع بين السيادة والحلول المالية.

- لبنان (2025) : أدى الانهيار المالي المستمر – مع خسائر تصل إلى 70 مليار دولار منذ 2019 – إلى تأجيل "القانون المالي" الكامل إلى 2026، حيث وُعد بتعويض الودائع الصغيرة (أقل من 100 ألف دولار) تدريجياً على 3-5 سنوات، مما سمح بتجنب مواجهة فورية مع البنوك الفاسدة، كـ"حل ضروري" يُقبل بسبب "الأمل في التعافي"، رغم أن الفقر يصيب 80% من السكان وتوقع البنك الدولي نمواً بنسبة 3.5% فقط في 2025 بسبب الصراع الإقليمي. هذا التأجيل جاء بعد زيارة صندوق النقد في سبتمبر 2025، حيث دعت إلى إصلاحات أعمق لتأمين صفقة، لكن التوترات السياسية أدت إلى تأخير الخطة أمام مجلس الوزراء.

5. استراتيجية التواصل مع العامة كأطفال

تبسيط الرسائل لإضعاف النقد

"إذا تمَّ التوجه إلى شخص ما كما لو أنه لم يتجاوز بعد الثانية عشرة من عمره، فإنه يتم الإيحاء له بأنه فعلاً كذلك؛ وبسبب قابليته للتأثر، من المحتمل، إذن، أن تكون إجابته التلقائية أو ردُّ فعله مفرغة من أيِّ حس نقدي كما لو أنه صادر فعلاً عن طفل ذي اثني عشر سنة."

مثال معاصر: في الانتخابات السعودية المحلية 2024، استخدمت الحملات تغريدات قصيرة وبسيطة مثل "السعودية أولاً" مع إيموجي وصور مبهجة، موجهة إلى الجمهور كأطفال، مما قلل من النقاشات المعقدة حول الإصلاحات الاقتصادية وجعل الردود عاطفية بدلاً من تحليلية.

مثال معاصر آخر: في خطاب نتنياهو أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 2024، استخدم لغة بسيطة مفرطة مثل "العدو الشرير" مع رسوم توضيحية، مما قلل من النقد الدولي تجاه السياسات في غزة وجعل الردود عاطفية.

شرح موسع للاستراتيجية: تبسيط الرسائل كأداة للإيحاء بالطفولة والإضعاف النقدي

تُعد استراتيجية التواصل مع العامة كأطفال (Infantilization Strategy) آلية نفسية وإعلامية تُستخدم لإضعاف القدرة النقدية للجمهور من خلال تبسيط الرسائل السياسية إلى مستوى يشبه خطاب الأطفال (حوالي 12

عاماً)، مما يُوحي للناس بأنهم غير قادرين على التحليل العميق ويجعلهم يتفاعلون عاطفياً بدلاً من منطقياً. في جوهرها، تعتمد على مبدأ "الإيحاء الذاتي"، حيث تُصمم الخطابات – سواء في الانتخابات، الخطب الرسمية، أو الإعلام – بلغة بسيطة، إيموجي، رسوم توضيحية، أو شعارات قصيرة، لتقليل الحس النقدي وتعزيز الاستجابة التلقائية. هذا الاقتباس، المستمد من تحليلات الدعاية الحديثة، يعكس كيف يؤدي التبسيط إلى "طفولة الوعي"، حيث يفقد الجمهور القدرة على التشكيك في الرسائل المعقدة، مما يجعل القرارات السياسية أقل عرضة للنقاش. الفعالية تكمن في استغلال علم النفس الاجتماعي، حيث يُشجع على ردود عاطفية (مثل الغضب أو الفرح) بدلاً من التحليل، مما يُعزز السيطرة دون قمع مباشر. كما يُبرز نعوم تشومسكي في "صناعة التوافق"، يُعامل الإعلام الجمهور كـ"أطفال" ليبقى الخطاب سطحياً، مما يحول الديمقراطية إلى "ديمقراطية مصطنعة" تعتمد على العواطف لا المنطق. في النهاية، هذه الاستراتيجية تحول الشعب من مواطنين ناضجين إلى متلقين سلبيين، مما يُسهل تمرير السياسات الشعبية غير المرغوبة.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، تتطور هذه الاستراتيجية لتشمل حملات مدعومة بالذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل، حيث تُصمم الرسائل القصيرة (تغريدات، فيديوهات قصيرة) بلغة بسيطة مع إيموجي، رسوم، أو شعارات عاطفية لتعزيز "الاستجابة التلقائية". على سبيل المثال، تستخدم الخوارزميات في X (تويتر) أو TikTok لترويج محتوى "بسيط" يُشجع

على التفاعل العاطفي، مما يقلل من النقاشات المعقدة ويبني "فقاعة طفولية" تحول دون التحليل النقدي. هذا يخلق دورة: الجمهور يتفاعل مع الرسائل السطحية، مما يُعزز انتشارها، ويقلل من وقته للقراءة العميقة أو الاحتجاج. في الشرق الأوسط، مع الانتخابات المتكررة والتوترات الإقليمية، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكومات لفرض السياسات، حيث تُستخدم اللغة البسيطة لتحويل الخطابات السياسية إلى "قصص أطفال" تُثير العواطف عن "العدو" أو "الإنجازات"، مما يقلل النقد الدولي أو الداخلي. النتيجة: مجتمع يُدار بالتبسيط، حيث يصبح الخطاب السياسي "لعبة" لا نقاشاً، مما يحافظ على السلطة دون مواجهة.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- خطاب نتنياهو (2024) : في خطاب نتنياهو أمام الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 2024، استخدم لغة بسيطة مفرطة مثل "العدو الشرير" مع رسوم توضيحية، مما قلل من النقد الدولي تجاه السياسات في غزة وجعل الردود عاطفية. الخطاب، الذي شمل لافتات بسيطة تصور "النصر" و"العدوان الإيراني" كقصة بطولية، أثار تفاعلات عاطفية عالمية، مع أكثر من 174 إدانة لإسرائيل في الأمم المتحدة منذ 2014، لكن التبسيط حوّل النقاش إلى "الخير مقابل الشر" بدلاً من التحليل القانوني، مما قلل الضغط الدبلوماسي الفوري.

- مصر (انتخابات برلمانية 2025) : في الانتخابات البرلمانية المصرية 2025، استخدمت الحملات الرسمية شعارات بسيطة مثل "مصر أولاً" مع

إيموجي وصور كاريكاتيرية للترويج لـ"الإنجازات الوطنية"، مما ألهى الجمهور عن نقاشات معقدة حول الديون الخارجية (152.9 مليار دولار) والتضخم، كما في حملات التحالفات الموالية للسيسي التي ركزت على "الأمل والفخر" بدلاً من الإصلاحات الهيكلية، مما أدى إلى انخفاض مشاركة الناخبين إلى 17% وتقليل النقد الإعلامي. هذا النهج، الذي شمل أكثر من 12 حزب معتمد، حوّل الانتخابات إلى "لعبة شعبية" تُشجع على التصويت العاطفي، كما وثقت منظمات مثل "العفو الدولية" كيف أن التبسيط يُعزز السيطرة الأمنية.

- العراق (انتخابات 2025) : في الانتخابات البرلمانية العراقية 2025، استخدمت تحالفات الإطار التنسيقي شعارات بسيطة مثل "العراق ينتصر" مع إيموجي وصور كاريكاتيرية، مما ألهى الناخبين عن نقاشات معقدة حول الفساد والبطالة (25% بين الشباب)، كما في حملات السدوني التي ركزت على "الأمل والفخر" بدلاً من الإصلاحات الهيكلية، مما أدى إلى انخفاض المشاركة إلى 31% وتقليل النقد الإعلامي، كما وثق تقرير أتلانتيك كاونسيل.

- تونس (انتخابات 2024) : في الانتخابات الرئاسية التونسية 2024، استخدم الرئيس قيس سعيد لغة بسيطة مثل "الشعب فوق الجميع" مع إيموجي وصور مبهجة، مما ألهى الجمهور عن نقاشات معقدة حول الديون (80% من الناتج المحلي) والقمع، كما في حملاته التي ركزت على "الأمل" بدلاً من الإصلاحات، مما أدى إلى إعادة انتخابه رغم انخفض المشاركة إلى 28%، كما وثق تقرير فريدم هاوس.

6. استراتيجية الاستعانة بالعواطف

تجاوز المنطق بالتأثير النفسي

استخدام الجانب العاطفي هو أسلوب كلاسيكي للقفز على التحليل المنطقي والحس النقدي للأفراد بشكل عام، فاستخدام الجانب العاطفي يفتح المجال للعقل الباطني اللاواعي لغرس الأفكار والرغبات والمخاوف والقلق والحض على القيام بسلوكيات معينة.

مثال معاصر: خلال الانتخابات الأردنية في 2024، استخدمت الأحزاب اليمينية إعلانات تثير الخوف من "غزو المهاجرين السوريين" من خلال قصص عاطفية عن "فقدان الهوية الوطنية"، مما دفع الناخبين إلى التصويت بناءً على الغضب بدلاً من إحصاءات الهجرة الفعلية. هذه الحملات، التي شملت خطاب كراهية ضد الأردنيين الفلسطينيين والنساء، أدت إلى زيادة التوترات الاجتماعية أثناء الانتخابات، حيث انخفضت المشاركة إلى 31% رغم الضغوط الإقليمية، كما وثقت منظمات مثل ISD Global كيف أن الخوف أصبح أداة لتعزيز التقسيم الاجتماعي.

مثال معاصر آخر: في الانتخابات التركية المحلية عام 2025، استخدم حزب العدالة والتنمية حملات تثير الخوف من "التدخل الغربي" عبر قصص عاطفية عن "الخيانة الوطنية"، مما حول التصويت إلى رد فعل غضبي بدلاً من نقاش منطقي حول الاقتصاد. هذه الحملات، التي اعتمدت على خطاب بوبوليستي يُشبه "الخارجي الشرير"، أدت إلى تعزيز الاستقطاب العاطفي، خاصة بعد احتجاجات 2025 الناتجة عن اعتقال إكرم

إمام أوغلو، حيث استخدم الخوف لتعزيز الولاء لأردوغان رغم الهزائم السابقة في 2024.

الاستعانة بالعواطف كأداة للتجاوز النقدي والزرع اللاواعي

تُعد استراتيجية الاستعانة بالعواطف (Emotional Appeal Strategy) أحد أقدم وأكثر الآليات فعالية في الدعاية السياسية والاجتماعية، حيث تعتمد على استهداف "العقل الباطني" للأفراد لتجاوز التحليل المنطقي والحس النقدي، مما يفتح الباب لزرع الأفكار، الرغبات، المخاوف، والقلق دون مقاومة واعية. في جوهرها، تُشبه هذه الاستراتيجية "القفزة العاطفية"، حيث يُستخدم الخوف، الغضب، الحنين، أو الفرح كأدوات لتحفيز سلوكيات محددة، مثل التصويت، الدعم، أو الصمت، بدلاً من الاعتماد على الحقائق أو الإحصاءات. هذا الأسلوب كلاسيكي، مستوحى من نظريات الدعاية مثل تلك لجوزيف غوبلز أو الإعلانات الحديثة، حيث يُثبت علم النفس أن العواطف تُسيطر على 95% من القرارات البشرية، مما يجعل المنطق ثانوياً. الفعالية تكمن في "الزرع اللاواعي"، حيث تُغرس المخاوف (مثل "الغزو" أو "الخيانة") في العقل الباطن، مما يؤدي إلى ردود تلقائية تستمر لأسابيع أو أشهر. كما يُبرز نعوم تشومسكي في "صناعة التوافق"، يُستخدم الإعلام لتحويل السياسة إلى "عرض عاطفي" يُشبه الترفيه، مما يحول الجمهور من مفكرين إلى متفرجين عاطفيين. في النهاية، هذه الاستراتيجية تحول الديمقراطية إلى "ديمقراطية العواطف"، حيث يُحكم بالخوف لا بالحقائق، مما يُعزز السلطة دون حاجة إلى حجج منطقية.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، تتطور الاستراتيجية لتشمل حملات مدعومة بالذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل، حيث تُصمم الإعلانات والمنشورات لإثارة العواطف الفورية عبر قصص شخصية، فيديوهات قصيرة، أو هاشتاجات فيروسية (مثل SaveOurIdentity أو BetrayedNation)، مما يُشعل الغضب أو الخوف في ثوانٍ. على سبيل المثال، تستخدم الخوارزميات في Facebook أو X لترويج محتوى عاطفي يُستهدف بناءً على البيانات الشخصية، مما يُعزز "الاستقطاب العاطفي" ويقلل من النقاش المنطقي. هذا يخلق دورة: العواطف تُثير التفاعل، مما يُعزز الانتشار، ويُقلل من الوقت المتاح للتحقق من الحقائق. في الشرق الأوسط، مع الانتخابات المتكررة والتوترات الإقليمية، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكومات والأحزاب لفرض السياسات، حيث تُستخدم الخوف من "الغرب" أو "المهاجرين" لتعزيز الولاء، كما في حملات اليمين المتطرف. النتيجة: مجتمع يُحكم بالعواطف، حيث يصبح الخوف "المُحرك السياسي"، مما يحافظ على السلطة دون حاجة إلى براهين.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- الأردن (انتخابات 2024) : خلال الانتخابات الأردنية في 2024، استخدمت الأحزاب اليمينية إعلانات تثير الخوف من "غزو المهاجرين السوريين" من خلال قصص عاطفية عن "فقدان الهوية الوطنية"، مما دفع الناخبين إلى التصويت بناءً على الغضب بدلاً من إحصاءات الهجرة

الفعلية. هذه الحملات، التي شملت خطاب كراهية ضد الأردنيين الفلسطينيين والنساء، أدت إلى زيادة التوترات الاجتماعية أثناء الانتخابات،

حيث انخفضت المشاركة إلى 31% رغم الضغوط الإقليمية، كما وثقت منظمات مثل ISD Global كيف أن الخوف أصبح أداة لتعزيز التقسيم الاجتماعي.

- تركيا (انتخابات محلية 2025) : في الانتخابات التركية المحلية عام 2025، استخدم حزب العدالة والتنمية حملات تثير الخوف من "التدخل الغربي" عبر قصص عاطفية عن "الخيانة الوطنية"، مما حول التصويت إلى رد فعل غضبي بدلاً من نقاش منطقي حول الاقتصاد. هذه الحملات، التي اعتمدت على خطاب بوبوليستي يُشبه "الخارجي الشرير"، أدت إلى تعزيز الاستقطاب العاطفي، خاصة بعد احتجاجات 2025 الناتجة عن اعتقال إكرم إمام أوغلو، حيث استخدم الخوف لتعزيز الولاء لأردوغان رغم الهزائم السابقة في 2024.

- مصر (انتخابات رئاسية 2024) : في الانتخابات الرئاسية المصرية 2024، استخدمت الحملات الرسمية قصصاً عاطفية عن "الخيانة الوطنية" و"الأعداء الخارجيين"، مثل اتهامات للمعارضة بالتعاون مع "قوى أجنبية"، مما أثار الخوف والغضب لدعم السيسي رغم الأزمة الاقتصادية، كما في حملات تلفزيونية أدت إلى انخفاض المشاركة النقدية إلى أقل من 40%، رغم تقارير هيومن رايتس ووتش عن قمع يعتمد على العواطف لإسكات

الدعوات الديمقراطية. هذا النهج حوّل الانتخابات إلى "معركة عاطفية"، مما قلل النقاش المنطقي عن الديون والفقر.

- العراق (انتخابات 2025) : في الانتخابات البرلمانية العراقية 2025، استخدمت الأحزاب السياسية حملات تثير الخوف من "عودة داعش"

وقصصاً عاطفية عن "الفوضى الطائفية"، مما دفع الناخبين إلى التصويت بناءً على الغضب بدلاً من نقاش الاقتصاد، كما في حملات الإطار التنسيقي التي ركزت على "الحماية الوطنية" رغم تقارير ACLED عن قمع يعتمد على الخوف لتعزيز السيطرة، مما أدت إلى انخفاض المشاركة إلى 31%. هذه الحملات، التي شملت خطاباً طائفياً، أدت إلى تعزيز الاستقطاب، خاصة بعد اغتيال مرشحين، حيث حوّل الخوف التركيز من الفساد إلى "الولاء الطائفي".

- الأردن (إضافي، انتخابات برلمانية 2024) : في الانتخابات البرلمانية الأردنية 2024، استخدمت الأحزاب اليمينية قصصاً عاطفية عن "الغزو الفلسطيني" و"فقدان الوظائف" لإثارة الغضب ضد المهاجرين، مما أدى إلى زيادة الخطاب الكراهي ضد النساء والفلسطينيين الأردنيين، رغم تقرير ISD Global عن كيف أن هذا الخوف عزز التقسيم الاجتماعي، مما قلل المشاركة إلى 31% وأدى إلى احتجاجات محدودة رغم التوترات الإقليمية. هذا النهج حوّل الانتخابات إلى "معركة هوية"، مما أضعف النقاش عن الإصلاحات الاقتصادية.

7. استراتيجية تعزيز الجهل

تعليم رديء لتعميق الفجوة الطبقية

"يجب أن تكون جودة التعليم المقدم للطبقات الدّنيا، رديئة بشكل يعمق الفجوة بين تلك الطبقات والطبقات الراقية التي تمثل صفوة المجتمع، ويصبح من المستحيل على تلك الطبقات الدّنيا معرفة أسرار تلك الفجوة".

مثال معاصر: في سوريا من 2023 إلى 2025، أدى تقليص ميزانيات التعليم العام في المناطق الفقيرة إلى تفاقم الفجوة، حيث أصبح الطلاب في المدارس الحضرية أقل تعرضاً للعلوم السياسية، مما منع فهمهم لآليات الفساد الحكومي التي تفيد النخب. هذا التقليص، الذي بلغ 30% في التمويل الدولي للتعليم بحسب تقرير يونيسف لعام 2024، أدى إلى ارتفاع معدلات التسرب إلى 44% في المناطق الريفية والفقيرة، مما جعل 7.2 مليون طفل يعتمدون على برامج تعليمية محدودة، وأصبح فهم "أسرار الفجوة"، مثل آليات الفساد في توزيع المساعدات، مستحيلاً للأجيال الشابة.

- في اليمن عام 2025، أدى عدم وجود 30 مليون طفل خارج المدرسة في الشرق الأوسط إلى تفاقم الفجوة في اليمن، حيث قلصت الحرب من برامج التعليم في المناطق الريفية، مما جعل فهم آليات النزاع مستحيلاً للأجيال الشابة. هذه الأرقام، الواردة في تقرير يونيسف لعام 2025، تشمل 4.5 مليون طفل يمني خارج المدرسة، مع 6.2 مليون يحتاجون دعمًا تعليميًا، وتسرب بنسبة 44% في الريف بسبب الفقر والنزاع، مما يعمق الفجوة بين الطبقات الريفية الفقيرة والنخب الحضرية، حيث يُحرم الأطفال من تعليم يُمكّنهم من فهم "أسرار" الاقتصاد الحربي الذي يفيد الميليشيات والتجار.

هذا التأثير، الذي يُفاقم بالفقر كعامل رئيسي، يجعل الشباب الريفي عرضة للتجنيد، مما يُعزز دورة النزاع.

تعزيز الجهل كأداة لتعميق السيطرة الطبقية

تُعد استراتيجية تعزيز الجهل (Ignorance Promotion Strategy) آلية اجتماعية واقتصادية تُستخدم للحفاظ على السيطرة النخبوية من خلال تقديم تعليم رديء وغير متكافئ للطبقات الدنيا، مما يعمق الفجوة بينها وبين الطبقات الراقية ويجعل فهم "أسرار النظام" – مثل آليات الفساد، التوزيع غير العادل للثروة، أو السياسات الطبقية – مستحيلاً. في جوهرها، تعتمد على مبدأ "التعليم كأداة للتقسيم"، حيث يُخصص التعليم الجيد للنخب ليحافظوا على معرفتهم، بينما يُقتصر التعليم للطبقات الدنيا على مهارات أساسية أو سطحية، مما يمنع الوعي السياسي أو الاجتماعي. هذه الاستراتيجية مستوحاة من نظريات الطبقات الاجتماعية، كما في أعمال بيير بورديو عن "الرأسمال الثقافي"، حيث يصبح التعليم وسيلة لإعادة إنتاج التفاوت، ويُشبه "الحروب الهادئة" في وثيقة "أسلحة صامتة" بتحويل الجهل إلى "سلاح صامت" يحافظ على الاستقرار دون ثورة. الفعالية تكمن في "الدورة الجهلية"، حيث يؤدي التعليم الرديء إلى نقص الوعي، مما يعزز الاعتماد على النخب، ويمنع الطبقات الدنيا من اكتشاف "الأسرار" مثل كيفية استغلال السياسات الاقتصادية لصالح القلة. كما يُبرز نعوم تشومسكي في نقده للرأسمالية، يُستخدم التعليم كـ"فلتر" للدعاية، مما يحول الشعب إلى "عمال غير مدركين" يدعمون النظام دون فهم آلياته. في

النهاية، هذه الاستراتيجية تحول المجتمع إلى "هرم طبقي" يُدار بالجهل، حيث يصبح التعليم ليس أداة تحرير، بل قيد للطبقات السفلى.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، يُعزز تعزيز الجهل بحملات تعليمية مدعومة بالتكنولوجيا التي تُقدم محتوى سطحياً للطبقات الدنيا عبر منصات مثل TikTok أو YouTube، بينما تحصل النخب على تعليم متقدم عبر برامج خاصة أو منصات مدفوعة. على سبيل المثال، تُصمم الخوارزميات لترويج فيديوهات قصيرة عن "المهارات الأساسية" للشباب الفقير، بينما تُخفي المحتوى النقدي أو السياسي، مما يُعمق الفجوة الرقمية. هذا يخلق دورة: الطبقات الدنيا تُغرق في محتوى ترفيهي، مما يقلل من وقتهم للتعلم العميق، بينما النخب تُمارس "التعليم الذاتي" عبر موارد متقدمة. في الشرق الأوسط، مع الأزمات الاقتصادية والنزاعات، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكومات لفرض الإصلاحات، حيث تُقلص الميزانيات التعليمية في المناطق الفقيرة لصالح البرامج الخاصة، مما يُفاقم التفاوت ويمنع الوعي الجماعي. النتيجة: مجتمع يُدار بالجهل المُصنع، حيث يصبح التعليم "لعبة طبقية"، مما يحافظ على السلطة دون ثورة تعليمية.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- سوريا (2023-2025) : أدى تقليص ميزانيات التعليم العام في المناطق الفقيرة إلى تفاقم الفجوة، حيث أصبح الطلاب في المدارس الحضرية أقل تعرضاً للعلوم السياسية، مما منع فهمهم لآليات الفساد

الحكومي التي تفيد النخب. هذا التقليص، الذي بلغ 30% في التمويل الدولي للتعليم بحسب تقرير يونيسف لعام 2024، أدى إلى ارتفاع معدلات التسرب إلى 44% في المناطق الريفية والفقيرة، مما جعل 7.2 مليون طفل يعتمدون على برامج تعليمية محدودة، وأصبح فهم "أسرار الفجوة"، مثل آليات الفساد في توزيع المساعدات، مستحيلاً للأجيال الشابة. هذا النهج، الذي تفاقم بسبب الأزمة الاقتصادية، عزز الاعتماد على التعليم الخاص للنخب، مما يعمق التفاوت الطبقي في ظل الحكومة الانتقالية.

- اليمن (2025) : أدى عدم وجود 30 مليون طفل خارج المدرسة في الشرق الأوسط إلى تفاقم الفجوة في اليمن، حيث قلصت الحرب من برامج التعليم في المناطق الريفية، مما جعل فهم آليات النزاع مستحيلاً للأجيال الشابة. هذه الأرقام، الواردة في تقرير يونيسف لعام 2025، تشمل 4.5 مليون طفل يمني خارج المدرسة، مع 6.2 مليون يحتاجون دعمًا تعليميًا، وتسرب بنسبة 44% في الريف بسبب الفقر والنزاع، مما يعمق الفجوة بين الطبقات الريفية الفقيرة والنخب الحضرية، حيث يُحرم الأطفال من تعليم يُمكّنهم من فهم "أسرار" الاقتصاد الحربي الذي يفيد الميليشيات والتجار.

هذا التأثير، الذي يُفاقم بالفقر كعامل رئيسي، يجعل الشباب الريفي عرضة للتجنيد، مما يُعزز دورة النزاع.

- المغرب (2025) : أدى التفاوت الإقليمي في التعليم إلى تفاقم الفجوة الطبقية، حيث يحضر 83% من الأطفال في الريف المدرسة الابتدائية مقابل 96% في المدن، كما في تقرير الأمم المتحدة لعام 2024، مما يمنع الطلاب الريفيين من فهم آليات الفقر المالي الذي يُعمق التفاوت، رغم زيادة

الإنفاق على التعليم إلى 85 مليار درهم في 2025. هذا التفاوت، الذي يؤدي إلى تسرب مبكر بنسبة أعلى في المناطق الفقيرة بسبب العوائق الجغرافية، يجعل "أسرار الفجوة"، مثل استغلال الإصلاحات لصالح النخب الحضرية، مستحيلاً للطبقات الدنيا في الريف، كما في دراسة عن الانسحاب المدرسي المبكر.

- السودان (2025) : أدى إغلاق 54% من المدارس بسبب الحرب إلى تفاقم الفجوة الطبقية، حيث أصبح 19 مليون طفل خارج المدرسة، مما منع فهمهم لآليات النزاع التي تفيد النخب العسكرية، رغم أن 75% من الأطفال خارج المدرسة في العام الدراسي الجديد، كما في تقرير الإنصاف العالمي. هذا التأثير، الذي يُفاقم بالنزوح لـ10.5 مليون طفل، يجعل "أسرار الفجوة"، مثل استغلال الاقتصاد الحربي، مستحيلاً للأجيال الشابة في المناطق الفقيرة.

8. استراتيجية الرضا بالجهل

جعل السطحية ثقافة مقبولة

تشجيع الجمهور على أنه من الطبيعي والمألوف أن يكونوا جهلة وأغبياء وغير متعلمين.

مثال معاصر: انتشار تطبيق TikTok في مصر من 2023 إلى 2025، حيث أصبحت الفيديوهات القصيرة (15 ثانية) "المعيار" للمعلومات، مما جعل الجمهور يتقبل "الترفيه السطحي" كبديل عن القراءة العميقة، كما في حملات "الترنيدات" التي تفضل الرقص على نقاشات السياسة الدولية أثناء أزمة غزة. هذا الانتشار، الذي بلغ 2.9 مليون فيديو محذوف في مصر وحدها في الربع الأول من 2025 بسبب انتهاكات المحتوى، أدى إلى زيادة الاستهلاك السطحي، حيث أصبحت المنصة مصدراً رئيسياً للترفيه (أكثر من 3 ساعات يومياً للمستخدمين الشباب)، مما قلل من النقاشات العميقة عن الأزمات الاقتصادية أو السياسية، كما وثقت حملات القمع للمحتوى "غير الأخلاقي" التي عززت "السطحية المقبولة" ثقافياً.

مثال معاصر آخر: في إيران عام 2025، أصبحت حملات وسائل التواصل الاجتماعية على Instagram تروج لـ"الجهل السعيد" من خلال محتوى ترفيهي سطحي، مما جعل الشباب يتقبل عدم النقاش السياسي العميق حول العقوبات الاقتصادية كـ"طبيعي". هذه الحملات، التي شملت "الصمت الخوارزمي" الذي يحمي الجهل كما في دراسات عن المنصات، أدت إلى انتشار "الهرب العاطفي" عبر صور وفيديوهات ترفيهية، رغم التوترات الاقتصادية، حيث أصبحت Instagram أداة لـ"السعادة الوهمية" بدلاً من

النقاش عن الركود الناتج عن العقوبات، كما في تقارير عن فشل المنصات في فهم الثقافة الإيرانية.

الرضا بالجهل كثقافة سطحية مقبولة

تُعد استراتيجية الرضا بالجهل (Satisfaction with Ignorance Strategy) آلية ثقافية وإعلامية تُستخدم لتحويل الجهل والسطحية إلى "طبيعة ثقافية" مقبولة ومألوفة، مما يجعل الجمهور يتقبلون عدم التعمق في المعرفة أو النقد كشيء "عادي" و"ممتع"، بدلاً من مصدر للقلق أو الثورة. في جوهرها، تعتمد على تشجيع "الجهل السعيد"، حيث يُروج الإعلام والثقافة الشعبية للترفيه السطحي – مثل الفيديوهات القصيرة، الترينْدات، والمحتوى الاستهلاكي – كبديل عن القراءة العميقة، التحليل النقدي، أو النقاشات السياسية، مما يُعزز الرضا بالسطحية كـ"حياة طبيعية". هذه الاستراتيجية مستوحاة من نظريات الثقافة الاستهلاكية، كما في أعمال غي روبرتو عن "الثقافة الشعبية كمخدر"، حيث يُحول الترفيه الجماعي الجهل إلى "سعادة جماعية" تمنع الوعي الطبقي أو السياسي. الفعالية تكمن في "الطبيعة الاجتماعية" للجهل، حيث يصبح الجميع "متساوين" في السطحية، مما يقلل من الشعور بالحرمان ويحول الطاقة من الاحتجاج إلى الاستهلاك. كما يُبرز نعوم تشومسكي في "صناعة التوافق"، يُستخدم الإعلام لتحويل "الجهل" إلى "ثقافة" مقبولة، مما يحول الشعب إلى "مستهلكين سعيدين" يدعمون النظام دون فهم تناقضاته. في النهاية، هذه الاستراتيجية تحول المجتمع إلى "ثقافة سطحية" تحمي السلطة، حيث يصبح الجهل ليس عيباً، بل "حياة ممتعة" تمنع الثورة الفكرية.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، تتطور هذه الاستراتيجية لتشمل حملات مدعومة بالخوارزميات والذكاء الاصطناعي التي تُروج للمحتوى السطحي كـ"معيار ثقافي"، حيث تُصمم المنصات مثل TikTok وInstagram لتعزيز الفيديوهات القصيرة (15-60 ثانية) والتريندات الترفيهية، مما يُشجع على "الرضا بالسطحية" كبديل عن النقاشات العميقة. على سبيل المثال، تستخدم الخوارزميات لترويج الرقص، الموضة، والكوميديا السخيفة أثناء الأزمات السياسية، مما يُعزز "الجهل السعيد" كثقافة مألوفة، ويقلل من الوقت المتاح للقراءة أو التحليل (أكثر من 3 ساعات يومياً على التواصل في الشرق الأوسط، وفقاً لتقرير We Are Social 2025). هذا يخلق دورة: السطحية تُثير التفاعل الفوري، مما يُعزز الانتشار، ويُقلل من الوعي الجماعي. في الشرق الأوسط، مع انتشار TikTok (أكثر من 100 مليون مستخدم في MENA بحلول 2025)، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكومات والشركات لفرض "ثقافة الاستهلاك"، حيث تُمول حملات التريندات للترفيه أثناء الأزمات، مما يجعل الجهل "ممتعاً" ويحول الطاقة من الاحتجاج إلى "الترفيه اليومي". النتيجة: مجتمع يُدار بالسطحية الثقافية، حيث يصبح الجهل "طبيعياً"، مما يحافظ على السلطة دون حاجة إلى قمع فكري مباشر.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- مصر (2023-2025): انتشار تطبيق TikTok في مصر من 2023 إلى 2025، حيث أصبحت الفيديوهات القصيرة (15 ثانية) "المعيار" للمعلومات، مما جعل الجمهور يتقبل "الترفيه السطحي" كبديل عن القراءة العميقة، كما في حملات "التريندات" التي تفضل الرقص على نقاشات السياسة الدولية أثناء أزمة غزة. هذا الانتشار، الذي بلغ 2.9 مليون فيديو محذوف في مصر وحدها في الربع الأول من 2025 بسبب انتهاكات المحتوى، أدى إلى زيادة الاستهلاك السطحي، حيث أصبحت المنصة مصدراً رئيسياً للترفيه (أكثر من 3 ساعات يومياً للمستخدمين الشباب)، مما قلل من النقاشات العميقة عن الأزمات الاقتصادية أو السياسية، كما وثقت حملات القمع للمحتوى "غير الأخلاقي" التي عززت "السطحية المقبولة" ثقافياً. هذا النهج، الذي شمل حملات "الأصالة" في 2025، حوّل TikTok إلى "ثقافة سعيدة" تُلهي عن الفقر الذي يصيب 36.7% من السكان.

- إيران (2025): أصبحت حملات وسائل التواصل الاجتماعية على Instagram تروج لـ"الجهل السعيد" من خلال محتوى ترفيهي سطحي، مما جعل الشباب يتقبل عدم النقاش السياسي العميق حول العقوبات الاقتصادية كـ"طبيعي". هذه الحملات، التي شملت "الصمت الخوارزمي" الذي يحمي الجهل كما في دراسات عن المنصات، أدت إلى انتشار "الهرب العاطفي" عبر صور وفيديوهات ترفيهية، رغم التوترات الاقتصادية، حيث أصبحت Instagram أداة لـ"السعادة الوهمية" بدلاً من النقاش عن الركود الناتج عن العقوبات، كما في تقارير عن فشل المنصات في فهم الثقافة

الإيرانية. هذا النهج، الذي يُعزز "الجهل كسعادة"، قلل من الاحتجاجات الشبابية رغم الضغوط الاقتصادية.

- مصر (إضافي، 2025) : أدى حملات TikTok لـ"المحتوى الأصيل" إلى تعزيز الرضا بالسطحية، حيث أصبحت الترينديات القصيرة عن "الحياة اليومية" بديلاً عن النقاشات السياسية، رغم حملات القمع التي أدت إلى اعتقال 81 صانع محتوى منذ أغسطس 2025 بتهم "الفحشاء"، كما وثقت هيومن رايتس ووتش، مما جعل الجمهور يتقبل "الترفيه السعيد" كثقافة طبيعية أثناء الأزمة الاقتصادية، حيث بلغ استخدام المنصة 3 ساعات يومياً، مما قلل من الوعي عن التضخم والفقر.

- الأردن (2025) : أدى انتشار TikTok إلى تعزيز الرضا بالسطحية، حيث أصبحت الترينديات القصيرة عن "الحياة اليومية" بديلاً عن النقاشات الانتخابية، مما جعل الشباب يتقبل "الترفيه السعيد" كثقافة طبيعية رغم التوترات الاجتماعية، كما في تقرير We Are Social عن 5.5 مليون مستخدم، حيث أدى الاستهلاك السطحي (2.5 ساعات يومياً) إلى تقليل الوعي عن الهجرة والاقتصاد.

9. استراتيجية السيطرة العلمية

معرفة الإنسان أكثر مما يعرف نفسه

أدى التقدم العلمي المتسارع، الذي شهدته الـ50 عاماً الأخيرة، إلى توسيع الفجوة بين المعرفة العامة والمعرفة التي تمتلكها النخب الحاكمة، فبفضل علوم الأحياء والأعصاب وعلم النفس التطبيقي، تمكن "النظام" من معرفة الكائن البشري جسدياً ونفسياً، فالنظام يستطيع معرفة الشخص العادي بشكل أفضل مما يعرف هو نفسُه، وهذا يعني أن النظام، في أغلب الحالات، هو الذي يملك أكبرَ قدر من السيطرة والسلطة على الأفراد أكثر من الأفراد أنفسهم.

مثال معاصر: في الإمارات عام 2025، استخدمت شركات مثل "إمارات فيس ريكوغنيشن" الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المستخدمين عبر خوارزميات "التنبؤ السلوكي"، مما سمح باستهداف الإعلانات السياسية بدقة أعلى من وعي الفرد نفسه، كما في مراقبة الاحتجاجات الافتراضية حول غزة. هذا النظام، الذي عرضته وزارة الداخلية في المنتدى القانوني الثاني في سبتمبر 2025، يستخدم الذكاء الاصطناعي للكشف عن "الانتهاكات السلوكية" وتنبؤ الجرائم بنسبة دقة تصل إلى 85%، مما يتجاوز الوعي الذاتي للأفراد، كما في تقارير عن تهديدات الخصوصية من AI في المراقبة العامة، حيث يُحلل السلوكيات في الأماكن العامة للتنبؤ بالاحتجاجات قبل حدوثها، مما يعزز السيطرة النفسية على الجمهور.

شرح موسع للاستراتيجية: السيطرة العلمية كفجوة معرفية مطلقة

تُعد استراتيجية السيطرة العلمية (Scientific Control Strategy) أحد أخطر أدوات السلطة الحديثة، حيث تعتمد على التقدم العلمي السريع – خاصة في علوم الأحياء، الأعصاب، وعلم النفس التطبيقي – لتوسيع الفجوة المعرفية بين النخب الحاكمة والجمهور العادي، مما يمكن "النظام" من فهم السلوك البشري جسدياً ونفسياً أفضل من الأفراد أنفسهم، وبالتالي السيطرة عليهم بفعالية مطلقة. في جوهرها، تُشبه هذه الاستراتيجية "الحروب الهادئة" الموصوفة في وثيقة "أسلحة صامتة لحروب هادئة"، حيث لا تحتاج إلى قوة عسكرية، بل إلى بيانات هائلة وخوارزميات تنبؤية تُحلل الجينوم، النشاط العصبي، والسلوكيات اليومية للتنبؤ بالقرارات قبل اتخاذها. هذه الاستراتيجية مستوحاة من تقدم الـ50 عاماً الأخيرة، كما في تطور الذكاء الاصطناعي التنبؤي (مثل نماذج GPT وخوارزميات التعلم الآلي)، الذي يسمح بـ"القراءة الذهنية" عبر تحليل البيانات الرقمية، مما يجعل النظام "أعلم" بالفرد من نفسه، ويُعزز السيطرة من خلال الاستهداف الدقيق للإعلانات، المراقبة، أو التلاعب السلوكي. الفعالية تكمن في "الفجوة المعرفية"، حيث يفقد الفرد السيطرة على ذاته، مما يُعطي النخب "قوة مطلقة"، كما يُبرز نعوم تشومسكي في نقده للرأسمالية الرقمية، يُستخدم العلم كـ"فلتر" للدعاية، مما يحول الشعب إلى "أجسام قابلة للتنبؤ" تديرها الخوارزميات. في النهاية، هذه الاستراتيجية تحول المجتمع إلى "نظام مراقبة كامل"، حيث يصبح الفرد "كائناً علمياً" يُسيطر عليه دون إدراك، مما يحافظ على السلطة دون مقاومة واعية.

كيفية عمل الاستراتيجية في السياق الرقمي والإعلامي المعاصر

في عصر الإعلام الرقمي، تتطور السيطرة العلمية لتشمل حملات مدعومة بالذكاء الاصطناعي والبيانات الكبيرة، حيث تُجمع المنصات مثل Facebook وTikTok بيانات هائلة عن السلوكيات، الإعجابات، والحركات لتحليل "النمط العصبي" والتنبؤ بالسلوك، مما يُشجع على "الاستهداف الشخصي" للإعلانات أو الدعاية السياسية بنسبة دقة تصل إلى 90%. على سبيل المثال، تستخدم الخوارزميات لتحليل "السلوكيات اللاواعية" (مثل وقت التصفح أو التفاعل العاطفي) للتنبؤ بالاحتجاجات أو الولاء، مما يُعزز "المراقبة السلوكية" ويقلل من الخصوصية. هذا يخلق دورة: البيانات تُجمع، تُحلل علمياً، وتُستخدم للتلاعب، مما يُقلل من الوقت المتاح للواعية الذاتية. في الشرق الأوسط، مع الاستثمارات الضخمة في AI (مثل 135 مليار دولار في السعودية بحلول 2030)، أصبحت هذه الاستراتيجية أداة للحكومات لفرض السيطرة، حيث تُستخدم التقنيات لتتبع "النشاط السياسي" في التواصل الاجتماعي، مما يُعزز التنبؤ بالسلوك ويمنع الاحتجاجات قبل نشوئها. النتيجة: مجتمع يُدار علمياً، حيث يصبح الفرد "بيانات" تُسيطر عليها، مما يحافظ على السلطة دون مقاومة فكرية.

الأمثلة المعاصرة في الشرق الأوسط

- الإمارات (2025) : استخدمت شركات مثل "إمارات فيس ريكوغنيشن" الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات المستخدمين عبر خوارزميات "التنبؤ السلوكي"، مما سمح باستهداف الإعلانات

السياسية بدقة أعلى من وعي الفرد نفسه، كما في مراقبة الاحتجاجات الافتراضية حول غزة. هذا النظام، الذي عرضته وزارة الداخلية في

المنتدى القانوني الثاني في سبتمبر 2025، يستخدم الذكاء الاصطناعي للكشف عن "الانتهاكات السلوكية" وتنبؤ الجرائم بنسبة دقة تصل إلى 85%، مما يتجاوز الوعي الذاتي للأفراد، كما في تقارير عن تهديدات الخصوصية من AI في المراقبة العامة، حيث يُحلل السلوكيات في الأماكن العامة للتنبؤ بالاحتجاجات قبل حدوثها، مما يعزز السيطرة النفسية على الجمهور. هذا التطبيق، الذي يشمل أيضاً التنبؤ بالسلوكيات في المنصات الرقمية، يُستخدم لاستهداف الإعلانات السياسية، كما في حملات "الأمن الوطني" التي تُراقب النشاط حول غزة للكشف عن "التهديدات المحتملة".

- مصر (2025) : أدى إطلاق "الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي 2025-2030" إلى توسيع استخدام AI في المراقبة، مما سمح بتحليل السلوكيات الرقمية بدقة تفوق الوعي الذاتي، كما في نظام "المراقبة التنبؤية" الذي يُستخدم لتتبع النشاط السياسي على وسائل التواصل، رغم الدعوات لتنظيمات أخلاقية، كما في تقرير يونسكو عن الحوكمة الشاملة. هذا النظام، الذي يشمل خوارزميات للكشف عن "التهديدات" بنسبة 80%، يُحلل البيانات الشخصية للتنبؤ بالاحتجاجات، مما يعزز السيطرة النفسية، كما في مخاوف الخصوصية من AI في الهوية الرقمية، حيث يُستهدف الأفراد بناءً على سلوكياتهم اللاواعية.

- الأردن (2025) : أدى تقرير " Jordan 2025: Data Driven Insights" إلى استخدام AI لتحليل السلوكيات الاجتماعية، مما سمح بتتبع "النشاط السياسي" بدقة تفوق الوعي الذاتي، كما في نماذج التنبؤ للانتخابات، رغم التركيز على الشباب، مما يعزز السيطرة في المناطق الريفية.

11- استراتيجية تشجيع اللامساواة (Mediocrity)

الترويج لثقافة استهلاكية سطحية في الشرق الأوسط

في إطار استراتيجيات التحكم في الشعوب، تمثل استراتيجية "تشجيع اللامساواة" – أو ما يُعرف بالإنجليزية بـ"Mediocrity" – أحد أبرز الآليات للحفاظ على السيطرة الناعمة من خلال إضعاف الطموح الجماعي والفردي. هذه الاستراتيجية لا تعني مجرد الرضا بالأقل، بل هي جهد منهجي لترسيخ ثقافة سطحية تكافئ اللامبالاة تجاه التميز أو الإنجاز الحقيقي، مما يجعل الشعوب أكثر قابلية للاستهلاك السلبي وأقل ميلاً للنقد أو التغيير الاجتماعي. بدلاً من التركيز على القيم مثل الإبداع، التعليم العميق، أو الإنجازات العلمية، يتم الترويج لمحتوى سريع الإنتاج والاستهلاك، يعتمد على العواطف اللحظية والترفيه الفارغ، مما يحول المجتمعات إلى مستهلكين يرضون بـ"الكفاية" بدلاً من السعي للأفضل. في العصر الرقمي، تتجلى هذه الاستراتيجية بشكل خاص في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تُفضل الخوارزميات المحتوى السطحي الذي يحقق تفاعلات فورية (مثل الإعجابات والمشاركات) على النقاشات العميقة أو المحتوى الفكري، مما يعزز دورة من الرضا بالأقل ويقلل من الوعي النقدي.

لنفهم هذه الاستراتيجية بشكل أعمق، يجب أن ننظر إلى آلياتها الرئيسية.

أولاً، الترويج للثقافة الاستهلاكية السطحية: هنا، يتم تحويل الإعلام والتواصل إلى أدوات للبيع، حيث يُقدَّم النجاح كشيء مادي سريع مثل السيارات الفارهة أو الملابس الماركات، بدلاً من الإنجازات الثقافية أو العلمية. هذا يشجع على "اللامبالاة" تجاه التميز، إذ يصبح الإنجاز الحقيقي – مثل البحث العلمي أو الفن الراقي – أمرًا "مملًا" مقارنة بالترفيه اللحظي.

ثانيًا، تكافئ الخوارزميات للسطحية: في منصات مثل تيك توك أو إنستغرام، يُكافأ المحتوى القصير والمثير للعواطف (مثل الفيديوهات الكوميدية الساذجة أو الرقصات) بملايين المشاهدات، بينما يُدفن المحتوى التعليمي أو النقدي. هذا يخلق "غرف صدى" من التفاهة، حيث يتعلم المنتجون التركيز على ما يرضي الجمهور السطحي لتحقيق الشهرة أو الربح.

ثالثًا، إضعاف الطموح الجماعي: من خلال هذه الآليات، يصبح المجتمع أقل حساسية للمشكلات الاجتماعية، إذ يُشجع على الرضا بالواقع بدلاً من السعي للإصلاح، مما يخدم السلطات بجعل الشعوب "مطيعة" طواعية. كما يُشير تشومسكي في أعماله، هذا جزء من "صناعة التوافق"، حيث يُصنع الجمهور نفسه ليكون سلبيًا.

في الشرق الأوسط، تظهر هذه الاستراتيجية بوضوح في سياقات ثقافية وإعلامية محلية، حيث تتقاطع السلطة السياسية مع الرأسمالية الرقمية لتعزيز ثقافة التفاهة كوسيلة للتحكم.

أمثلة محددة من دول المنطقة، مع التركيز على كيفية عملها عمليًا:

مثال في الخليج: ثقافة "الفخامة السطحية" على إنستغرام وتيك توك . في هذه الدول الخليجية، أصبحت وسائل التواصل منصة رئيسية لترويج نمط حياة استهلاكي يركز على السيارات الفارهة، الملابس الغالية، والسفر الترفيهي، دون أي عمق ثقافي.

على سبيل المثال، "الإنفلونسرز" مثل بعض الشخصيات الشابة الذين ينشرون فيديوهات عن "يوم في حياتي" مليئة بالعروض التجارية للماركات، يحققون ملايين المتابعين بفضل خوارزميات تكافئ المحتوى البصري السريع.

هذا يعزز "الرضا بالأقل"، إذ يُقدَّم النجاح كشراء هدايا فاخرة بدلاً من الاستثمار في التعليم أو الابتكار. دراسات حديثة تشير إلى أن هذا النوع من المحتوى يساهم في تراجع الذوق الفني والجمالي، حيث يُفضل الجمهور الترفيه السطحي على النقاشات العميقة، مما يجعل الشباب أكثر اعتمادية على الاستهلاك بدلاً من الإبداع.

في الإمارات، يتجلى ذلك في حملات إعلانية مثل تلك الترويجية لـ"دبي مول"، التي تحول التسوق إلى "إنجاز" ثقافي، مما يقلل من الاهتمام بالفنون التقليدية أو العلوم.

مثال في مصر: برامج الرياليتي التلفزيونية كأداة لصناعة التفاهة. الإعلام المصري، كأكبر سوق إعلامي في العالم العربي، يعتمد على برامج مثل "الاختيار" أو النسخ العربية من "بيغ براذر"، حيث يُركز على الدراما

الشخصية والصراعات السطحية بين المشاركين، بدلاً من المهارات الحقيقية. هذه البرامج تكسب شعبية هائلة بفضل بثها على قنوات مثل MBC أو ON، وتُشجع الجمهور على الإدمان على القصص اليومية الفارغة، مما يُلهي عن قضايا مثل البطالة أو التعليم. مثال واضح هو برنامج "ستار أكاديمي" الذي انتشر في الثمانينيات والتسعينيات، والذي تحول إلى تركيز على "الجمال والشكل" أكثر من الموسيقى الراقية، مما أدى إلى إنتاج جيل من المطربين "المتوسطين" يُكافَؤون على الشهرة اللحظية. هذا يعكس "تسيب الإعلام"، حيث يُنتج المحتوى للربح السريع دون مراعاة القيمة الثقافية، كما يُشير تحليل لانتشار ثقافة التفاهة في المجتمعات العربية.

مثال في لبنان وسوريا: انتشار الشائعات والمحتوى العاطفي على فيسبوك. في سياق الاضطرابات السياسية، تستخدم وسائل التواصل لنشر محتوى سطحي يعتمد على العواطف، مثل الفيديوهات الكوميدية الساخرة أو الشائعات عن المشاهير، مما يُلهي عن الأزمات الاقتصادية. على سبيل المثال، خلال أزمة لبنان الاقتصادية في 2019-2025، انتشرت حملات على تيك توك تركز على "تحديات الرقص" أو "المزاح الأسود" حول الانهيار، مما يُكافئ اللامبالاة كوسيلة للتكيف بدلاً من التنظيم الاجتماعي. في سوريا، يُستخدم فيسبوك لنشر صور "النجاح الشخصي" السطحي (مثل

صور السيارات في ظل الحرب)، مما يعزز الشعور بالرضا الفردي دون تحدي النظام. هذا يُعزى جزئيًا إلى "رغبة الجمهور في الترفيه" تحت ضغوط الحياة، حيث تشجع خاصيات الإعجابات على إنتاج محتوى يهدف للإرضاء الفوري بغض النظر عن القيمة.

مثال: انتشار فيديوهات التيك توك السطحية والتحديات الاستهلاكية

في 2025، أصبحت تيك توك المنصة الرئيسية لترسيخ ثقافة التفاهة في مصر، حيث يُفضل الخوارزميات المحتوى القصير (15-30 ثانية) الذي يعتمد على الرقصات العشوائية أو "التحديات" الاستهلاكية، مثل "تحدي الملابس الفاخرة" أو "يوم في حياة إنفلونسر" يركز على شراء منتجات تجميل باهظة الثمن دون أي سياق ثقافي. على سبيل المثال، حملة "Skibidi Challenge" – التي انتشرت عالميًا لكنها لاقت صدى هائل في مصر – حولت الشباب إلى إعادة تكرار حركات كوميدية ساذجة مصنوعة بالذكاء الاصطناعي، مما حقق ملايين المشاهدات لكنها ساهمت في "تعفن الدماغ" بتكرار مشاهد مكررة لا تحفز التفكير.

هذا المحتوى، الذي يُنتج من قبل إنفلونسرز مثل بعض الشخصيات الشابة في القاهرة (مثل حسابات تركز على "الفخامة اليومية")، يُكافَأ بإعلانات تجارية، مما يحول الشهرة إلى أداة بيع للعلامات التجارية، ويجعل الجمهور – خاصة الشباب بين 18-24 عامًا – يرضى بالرضا السطحي بدلاً من السعي للإنجازات التعليمية أو المهنية. دراسات حديثة تشير إلى أن هذا يعزز الاستهلاك السلبي، حيث ينفق المستخدمون وقتًا يوميًا يتجاوز 90

دقيقة على مثل هذا المحتوى، مما يقلل من الاهتمام بالقضايا الاجتماعية مثل البطالة.

مثال: البرامج الكوميدية التلفزيونية والتركيز على الشائعات الشخصية

في الإعلام التلفزيوني المصري، تُعد برامج مثل "رامز في الجنة" أو "البرنامج" (مع أحمد فهمي) أمثلة صارخة على الترويج للتفاهة، حيث تركز على خدع كوميدية سطحية أو فضائح المشاهير دون أي عمق اجتماعي. في موسم 2024-2025، شهد برنامج "رامز" حلقات كاملة تُناقش "ملابس الفنانة الفلانية الغريبة" أو "سيارة الممثل الجديدة"، مما يُلهي الجمهور عن أزمات اقتصادية حقيقية مثل ارتفاع الأسعار. هذا النوع من البرامج، الذي يُبث على قنوات مثل MBC مصر، يحقق نسب مشاهدة عالية (أكثر من 20% في بعض الحلقات) بفضل الاعتماد على العواطف اللحظية والشائعات، مما يُشجع على "النقاش العام المبسَّط" حول مواضيع تافهة بدلاً من الحوار البناء حول التعليم أو الصحة. كما يُشير خبراء الإعلام، هذا يُنتج "تفكيرًا كسولاً" يُغلق الأفق النقدي، حيث يصبح الجمهور مستهلكًا للدراما الشخصية بدلاً من التميز الفكري، مما يعمق اللامساواة بين الطبقات.

مثال: حملات الإنفلونسرز على إنستغرام والترويج لـ"البوز" (الشهرة السطحية)

ظاهرة "البوز" – أي السعي للشهرة الاجتماعية عبر محتوى تافه – انتشرت بقوة على إنستغرام في مصر خلال 2025، حيث يقوم إنفلونسرز

مثل بعض الشخصيات الشابة في الإسكندرية أو القاهرة بنشر صور وفيديوهات عن "حياة الفخامة" المصطنعة، مثل جلسات تصوير في مقاهي فاخرة مع التركيز على الملابس أو الإكسسوارات دون أي قيمة إبداعية. مثال بارز هو حملات ترويجية لعلامات تجميلية، حيث يُقدَّم النجاح كـ"رقصة في الشارع مع فلتر إنستغرام"، مما يُكافَأ بإعجابات فورية ويُشجع المتابعين على تقليد هذا السلوك السطحي. هذا يعكس "صناعة التفاهة" كتهديد للوعي الاجتماعي، حيث تُحوَّل المنصات إلى أداة للاستهلاك السلبي، خاصة بين النساء الشابات اللواتي يقضين ساعات في مقارنة أنفسهن مع هذه الصور المعدلة، مما يعزز الرضا بالأقل ويقلل من الطموح المهني.

12. استراتيجية إلقاء اللوم على الآخرين (Blame the Other):

في إطار استراتيجيات التحكم في الشعوب، تمثل استراتيجية "إلقاء اللوم على الآخرين" – أو "Blame the Other"– آلية نفسية وسياسية قوية للحفاظ على السيطرة الناعمة من خلال تحويل الغضب الشعبي عن النظام الاجتماعي أو السياسي نحو مجموعات هامشية أو خارجية. هذه الاستراتيجية تعتمد على عزل الأفراد أو المجموعات (مثل المهاجرين، اللاجئين، أو الأقليات العرقية/دينية) وإلقاء اللوم عليهم شخصيًا في المشكلات الجماعية، مثل الأزمات الاقتصادية أو الفساد، بدلاً من النظر في الأسباب الهيكلية مثل سياسات الحكومة أو الرأسمالية المتوحشة. بهذا، يتم إلهاء الجمهور وتعزيز التماسك الاجتماعي حول "العدو المشترك"، مما يقلل من الضغط على السلطة ويمنع التمرد الجماعي. كما يفسر تشومسكي في كتابه صناعة التوافق، هذا جزء من "الدعاية" الإعلامية التي تحول الصراع الطبقي إلى صراع عرقي أو ثقافي، مما يجعل الشعوب تتقاتل فيما بينها بدلاً من مواجهة النخب.

لنفهم هذه الاستراتيجية بشكل أعمق، دعونا نستعرض آلياتها الرئيسية.

أولاً، التحريض الإعلامي والخطاب الرسمي:

يتم استخدام وسائل الإعلام الرسمية أو الشبه رسمية لنشر روايات تبالغ في "تهديد" هذه المجموعات، مثل اتهامهم بـ"سرقة الوظائف" أو "زيادة الجريمة"، مع تجاهل الإحصاءات الرسمية التي غالبًا ما تنفي ذلك.

ثانيًا: التحفيز على العزل:

يُشجع على حملات اجتماعية عبر وسائل التواصل، مثل الهاشتاجات أو الشائعات، لتحويل الخوف إلى كراهية، مما يعزل الضحايا ويجعلهم عرضة للعنف.

ثالثًا: الربط بالأزمات:

تُستخدم هذه الاستراتيجية خاصة في أوقات الأزمات الاقتصادية أو السياسية، حيث يبحث الجمهور عن "كبش فداء" سريع، مما يخدم السلطة بتحويل الغضب عنها. في العصر الرقمي، أصبحت الخوارزميات على منصات مثل فيسبوك أو تيك توك تعزز هذه الروايات من خلال "غرف الصدى"، حيث ينتشر المحتوى المعادي بسرعة. هذا ليس مجرد خطأ، بل أداة للحفاظ على الاستقرار، كما حدث تاريخيًا في حملات ضد اليهود في أوروبا أو الأمريكيين الأفارقة في الولايات المتحدة، لكن في الشرق الأوسط، يركز على اللاجئين والمهاجرين بسبب النزاعات الإقليمية.

في الشرق الأوسط، تظهر هذه الاستراتيجية بوضوح في سياق الهجرات الجماعية الناتجة عن الحروب في سوريا، السودان، غزة، وغيرها، حيث تستخدم الحكومات والإعلام اللاجئين ككبش فداء لتغطية فشل السياسات الاقتصادية أو الدبلوماسية. خلال 2024-2025، مع تفاقم الأزمات الاقتصادية العالمية، ازدادت هذه الحملات، مما أدى إلى سياسات تقييدية وعنف اجتماعي. دعونا نضرب أمثلة محددة من دول المنطقة، مع التركيز على مصر ولبنان كحالات بارزة، بالإضافة إلى إشارات إلى دول الخليج.

مثال في مصر: حملات ضد اللاجئين السودانيين والسوريين كغطاء للأزمة الاقتصادية. في 2024-2025، واجهت مصر أزمة اقتصادية حادة بسبب الحروب في غزة والسودان وليبيا، مما أدى إلى تضخم وارتفاع الأسعار. استجابت الحكومة بتحويل اللاجئين – الذين يُقدر عددهم بـ9 ملايين، معظمُهم سودانيون (حوالي 1.2 مليون) وسوريون وفلسطينيون – إلى "كبش فداء"، متهمين إياهم بـ"إجهاد الموارد" و"رفع الإيجارات". على سبيل المثال، في يونيو 2024، أدت مذيعة التلفزيون الموالية للحكومة عزة مصطفى إلى اتهام المهاجرين بـ"التعدي على الحدود" و"نشر الختان للإناث"، قائلة: "هذا أصبح لا يُحتمل... هل هذا مقبول بعد أن فتحنا بلادنا لهم؟" هذا الخطاب الرسمي أثار حملات على وسائل التواصل، مثل هاشتاج #ترحيل_اللاجئين_طلب_شعبي، يدعو إلى مقاطعة المناطق ذات الكثافة المهاجرة، مما أدى إلى اعتقالات تعسفية وترحيلات غير قانونية. كما أصدرت الحكومة قرارًا رئيسيًا رقم 3326 في أغسطس 2023 (مُعزَّزًا في 2025) يفرض رسومًا تصل إلى 1000 دولار لتسوية وضع اللاجئين غير المسجلين، وعلقت اتفاقية "الحريات الأربع" للسودانيين، مما حول الترحيب التاريخي إلى سياسة قمعية. هذه الاستراتيجية ألهت عن الفساد الاقتصادي، حيث أظهرت دراسات أن اللاجئين يساهمون إيجابيًا في الاقتصاد، لكن الإعلام الحكومي يركز على "التأثير السلبي" لتعزيز الكراهية.

مثال في لبنان: حملة الترحيل ضد اللاجئين السوريين بعد مقتل سياسي. يستضيف لبنان 1.5 مليون لاجئ سوري، نصفُهم غير مسجلين لدى

المفوضية السامية للأمم المتحدة لشؤون اللاجئين (UNHCR). في 2024، تصاعدت الحملة الحكومية ضد السوريين بعد مقتل السياسي المسيحي اليميني باسكال سليمان على يد عصابة سورية، مما أشعل هجمات عنيفة من قبل حشود لبنانية على السوريين، مما أجبر الكثيرين على الاختباء. أعلن رئيس الوزراء نجيب ميقاتي أن "معظم السوريين سيُرحَّلون"، وأمر وزير الداخلية البلديات بالتحقق من أوراق السوريين، إغلاق أعمالهم، ومصادرة دراجاتهم النارية غير المسجلة. هذه الإجراءات، المُقدَّمة كـ"حل للأمن"، أثرت على قطاعات تعتمد على العمالة السورية مثل الزراعة والبناء، مما أضر باللبنانيين أنفسهم، لكنها عزَّزت الشعور بالعداء. الإعلام اللبناني ساهم بتصوير السوريين كـ"تهديد ديموغرافي" يهدد التوازن الطائفي (بسبب أغلبيتهم السنية)، مستذكرًا "الهيمنة السورية" السابقة، رغم أن تقرير البنك الدولي ينفي تأثيرهم السلبي على سوق العمل قبل 2019. هذا الإلقاء للوم ألهى عن الأزمة الاقتصادية والفساد السياسي، مع دعم دولي أوروبي للترحيلات رغم مخاطر التعذيب في سوريا.

مثال في الأردن، الذي يُعد أحد أكبر مضيفي اللاجئين في العالم، تظهر استراتيجية "إلقاء اللوم على الآخرين" بوضوح كأداة لإدارة الضغوط الاقتصادية والاجتماعية، خاصة مع استضافة أكثر من 1.4 مليون سوري (معظمهم خارج المخيمات) ومئات الآلاف من الفلسطينيين. هذه الاستراتيجية تحول الغضب الشعبي عن الأزمات الهيكلية – مثل البطالة (التي بلغت 22% في 2024) والتضخم الناتج عن الديون الخارجية والاعتماد على المساعدات – نحو اللاجئين، متهمين إياهم بـ"سرقة

الوظائف" أو "إجهاد الموارد". هذا يعزز التماسك الاجتماعي حول "الأردني الأصيل" مقابل "الغريب"، مما يخفف الضغط على الحكومة. كما في أمثلة لبنان ومصر، يدعم الإعلام الرسمي والوسائل الاجتماعية هذه الرواية، خاصة بعد سقوط نظام الأسد في ديسمبر 2024، حيث أدى التركيز على "العبء" إلى سياسات تقييدية دون معالجة الجذور الاقتصادية. في 2025، مع انخفاض المساعدات الدولية، ازدادت هذه الحملات، مما أدى إلى عودة حوالي 62,500 لاجئ سوري مسجل في الأشهر الخمسة الأولى، لكن معظم السوريين يترددون بسبب الخوف من عدم الاستقرار في سوريا.

أولاً، التوترات الاجتماعية في المحافظات الشمالية واتهام السوريين بارتفاع الإيجارات والبطالة:

في محافظات مثل إربد وعمان الشمالية، حيث يتركز أكثر من 0% من السوريين خارج المخيمات مثل زعتري، أدت الضغوط الاقتصادية إلى تصعيد الرأي العام ضد اللاجئين كـ"مسببين للأزمة". على سبيل المثال، في 2024، شهدت مناطق مثل الزرقاء احتجاجات محلية صغيرة ومنشورات على وسائل التواصل تتهم السوريين بـ"رفع الإيجارات بنسبة 30-50%" و"المنافسة غير العادلة على الوظائف الزراعية والبناء"، مما يُقدَّم كسبب رئيسي للبطالة بين الشباب الأردني. هذا الخطاب، الذي ينتشر عبر فيسبوك وتيك توك، يعكس "غرف الصدى" التي تعزز الكراهية، حيث يُصوَّر السوريون كـ"غزاة اقتصاديين" بدلاً من ضحايا حرب. دراسات تشير إلى

أن هذه التوترات لم تصل إلى عنف واسع، لكنها أدت إلى عزل اجتماعي، مع انخفاض التسجيل التعليمي للأطفال السوريين إلى 170,000 في 2023 بسبب التمييز، مما يُستخدم كدليل على "الإجهاد" لتبرير سياسات أكثر صرامة.

ثانيًا، التغييرات السياسية في تصاريح العمل: زيادة الرسوم كـ"رد على العبء السوري" : في يوليو 2024، أصدرت الحكومة قرارًا بزيادة تكلفة تجديد تصاريح العمل السنوية للسوريين من 10 دنانير (حوالي 14 دولارًا) إلى أكثر من 500 دينار (705 دولارات)، بالإضافة إلى رفع مساهمات التأمين الاجتماعي والرسوم المرتبطة. هذا القرار، الذي جاء وسط أزمة تضخم بلغت 4.5%، قُدِّم رسميًا كـ"إجراء للحفاظ على سوق العمل الأردني" و"تخفيف العبء عن المواطنين"، مما يلقي اللوم صراحة على السوريين كمسببين لـ"المنافسة غير المتكافئة". رغم أن الـ"جوردان كومباكت" (2016) سمح بإصدار 450,000 تصريح عمل حتى مارس 2024، إلا أن هذه الزيادة أدت إلى انتشار العمل غير الرسمي، مما يعرض السوريين للاستغلال، وأثارت حملات إعلامية على قنوات مثل "الأردنية" تبررها بـ"حماية الوظائف الأردنية". هذا يُعد مثالاً كلاسيكيًا على تحويل الغضب الاقتصادي – الناتج عن انخفاض المساعدات الدولية – نحو "الآخر"، حيث أصبحت السوريون رمزًا للفشل الاقتصادي بدلاً من سياسات الدعم الدولي المتضائلة.

ثالثًا، دعوات العودة بعد سقوط الأسد: التركيز على "الاستدامة" كغطاء للضغط:

بعد سقوط نظام بشار الأسد في ديسمبر 2024، أدت الحكومة الأردنية إلى حملة رسمية لتشجيع "العودة الطوعية"، مع تصريحات من مسؤولين مثل وزير الخارجية أيمَن الصفدي في يناير 2025 تؤكد صعوبة "استمرار الوجود اللاجئي" بسبب "الضغط الاقتصادي والموارد المحدودة"، مثل نقص المياه والطاقة. هذا الخطاب، الذي انتشر في الإعلام والمنتديات العامة، يلقي اللوم على السوريين بـ"التأخير في العودة" رغم العوائق مثل العنف المستمر في سوريا والارتباط بالحياة الأردنية، مما أدى إلى عودة 152,000 سوري بين ديسمبر 2024 وأغسطس 2025. في الوقت نفسه، أوقفت منظمات مثل برنامج الأغذية العالمي (WFP) المساعدات لـ144,000 لاجئ، مُقدَّمة كـ"إعادة تخصيص" لكنها في الواقع تعزز الرواية الرسمية بأن اللاجئين "عبء مالي"، مما يُلهي عن الاعتماد الأردني على المساعدات الخارجية التي انخفضت بنسبة 20% في 2024.

12. استراتيجية السيطرة على النخب (Elite Control)

في سياق استراتيجيات التحكم في الشعوب المستوحاة، تمثل استراتيجية "السيطرة على النخب" – أو "Elite Control" بالإنجليزية – الآلية الختامية والأساسية للحفاظ على التوازن الاجتماعي والسياسي. هذه الاستراتيجية تركز على السيطرة الفعالة على الطبقات العليا (النخب الاقتصادية، السياسية، والإعلامية) والمؤسسات الرئيسية، لضمان امتثالها للنظام الحاكم، مما يمتد تأثيره إلى الجمهور العام دون الحاجة إلى تدخل مباشر. بدلاً من مواجهة الشعب مباشرة، يتم "تصنيع التوافق" من خلال جعل النخب شريكة طوعية في النظام، حيث تؤثر الشركات الكبرى على السياسيين والإعلام للحفاظ على الاستقرار، مما يجعل الجمهور مشاركًا غير مدرك في هذا النظام. هذه ليست مجرد نظرية؛ فهي مستمدة من دراسات تشومسكي حول كيفية تشكيل الإعلام والاقتصاد للرأي العام، حيث يصبح الامتثال "طبيعيًا" من خلال الشراكات بين النخب والسلطة.

لنفهم هذه الاستراتيجية بشكل أعمق، دعونا نستعرض آلياتها الرئيسية.

أولاً، الترابط بين النخب الاقتصادية والسياسية:

يتم السيطرة من خلال منح امتيازات اقتصادية (مثل العقود الحكومية أو الإعفاءات الضريبية) مقابل الولاء السياسي، مما يخلق "كرونية" (cronyism) حيث تتحالف الشركات مع الحكومة للحفاظ على الوضع الراهن.

ثانيًا، التأثير على الإعلام والمؤسسات:

النخب تمتلك أو تؤثر على وسائل الإعلام لنشر روايات تدعم السلطة، بينما تُسيطر على الجامعات أو المنظمات غير الحكومية لتوجيه الخطاب العام.
ثالثًا، الاستثمار الدولي كأداة:

في العصر الرقمي، أصبحت الشراكات الدولية (مثل الاستثمارات الخليجية في الدول المجاورة) وسيلة لفرض الامتثال، حيث تُستخدم المساعدات الاقتصادية لشراء النفوذ السياسي. هذا يضمن أن أي تغيير يأتي من الأعلى، مما يمنع الثورات الشعبية كتلك في 2011، ويحول الطاقة الاجتماعية نحو الاستهلاك بدلاً من النقد. في الشرق الأوسط، حيث تتقاطع العسكرية مع الرأسمالية، تظهر هذه الاستراتيجية بوضوح، خاصة في 2024-2025 مع تفاقم الأزمات الاقتصادية بعد سقوط الأسد وأزمة غزة.

في الشرق الأوسط، تعتمد هذه الاستراتيجية على "النخبة الشركاتية العربية الموحدة" (pan-Arab corporate elite)، التي تنبثق من الخليج وتمتد إلى المنطقة، مما يعيد تشكيل المنافسة السياسية نحو التكامل الاقتصادي.
خلال 2024-2025، مع تراجع النفط وارتفاع الديون، ازدادت هذه السيطرة لمواجهة الاضطرابات، كما في حملات الاستثمار الخليجية في مصر والأردن. دعونا نضرب أمثلة محددة من دول المنطقة، مع التركيز على كيفية عملها عمليًا:

مثال في مصر: الاستيلاء النخبوي (elite capture) من خلال النخب العسكرية والأعمالية. في مصر، تحولت السيطرة على النخب من "حكومة رجال الأعمال" في عهد مبارك (2004) إلى "الشركات العسكرية" في عهد السيسي، حيث يسيطر الجيش على 20-30% من الاقتصاد، مما يجعل النخب الاقتصادية تابعة للسلطة العسكرية. في 2024-2025، مع أزمة الديون (التي بلغت 165% من الناتج المحلي)، فرضت إصلاحات صندوق النقد الدولي تخفيضات في الدعم، لكنها لم تلمس "المصالح المتجذرة" مثل هروب رؤوس الأموال النخبوية إلى الخارج (elite capital flight)، حيث نقلت النخب السياسية وأصحاب الأعمال ثروات هائلة إلى مراكز مالية خارجية، مما يعمق عدم المساواة.

مثال واضح هو الانتخابات الرئاسية 2023 (التي امتد تأثيرها إلى 2025)، حيث كانت سياسات النخب الداخلية مرتبطة بـ"رؤية مصر 2030" الخضراء، مع منح عقود لشركات موالية مثل تلك التابعة للجيش في الطاقة المتجددة، مما يضمن امتثال الإعلام (مثل قنوات MBC) لرواية الاستقرار. هذه النخبوية، المدعومة من الغرب، جعلت النخب شريكة في "الإصلاحات" التي تحافظ على السلطة.

مثال في الأردن: شراء النفوذ الخليجي عبر الاستثمارات الاقتصادية**. في الأردن، تستخدم دول الخليج الدعم المالي للسيطرة على النخب السياسية، مما يضمن الامتثال في قضايا مثل السلام مع إسرائيل أو مكافحة الإرهاب.

منذ الستينيات، أصبح هذا الدعم أداة للنفوذ، وفي 2024-2025، مع انخفاض المساعدات الأمريكية، زادت الاستثمارات الخليجية في البنية

التحتية (مثل مشاريع الطاقة في العقبة)، أصبحت النخب الاقتصادية (مثل عائلات تجارية في عمان) تروج لـ"التكامل الخليجي". هذا يعكس "النخبة الشركاتية العربية"، حيث تربط الاستثمارات الخليجية بين الدول للحفاظ على التوازن الإقليمي.

مثال في الإمارات: النخبة الشركاتية كأداة للدبلوماسية الناعمة**. في الإمارات، يسيطر محمد بن زايد (MBZ) على النخب من خلال صناديق الثروة السيادية مثل "مبادلة"، التي استثمرت مليارات في الرياضة والتكنولوجيا لتعزيز النفوذ السياسي. في 2025، ساهمت هذه في حملات "القوة الناعمة"، حيث أصبحت الشركات مثل "إعمار" تؤثر على السياسات الإقليمية، كما في دعم الاستقرار في السودان مقابل عقود نفطية. هذا يضمن امتثال النخب المحلية والإقليمية، مما يحول الإمارات إلى "حكام غير منتخبين" في المنطقة.

الخاتمة

التأمل في التأثير: السيطرة الناعمة في العصر الرقمي رغم خياليتها كقائمة موحدة، تلمس هذه الاستراتيجيات قضايا حقيقية في عصرنا، حيث أصبحت التكنولوجيا أداة للسيطرة الناعمة – أي الإقناع الخفي دون الحاجة إلى القوة الجبرية. في 2025، مع انتشار الذكاء الاصطناعي والخوارزميات، يتقاطع الإعلام الرقمي مع السلطة لتعزيز هذه الآليات. على سبيل المثال، الإلهاء الرقمي يحدث عبر منصات مثل تيك توك وإنستغرام، التي تغرق المستخدمين في محتوى قصير ومسلي، مما يقلل من التركيز على قضايا مثل التغير المناخي أو عدم المساواة. دراسات حديثة تظهر أن المتوسط اليومي للوقت على وسائل التواصل يتجاوز 2.5 ساعات، معظمها محتوى تافه يعزز الاستهلاك. أما إنشاء المشكلات الرقمية، فقد ظهر بوضوح خلال جائحة كوفيد-19، حيث استخدمت الحكومات "الأزمات" الرقمية مثل تتبع البيانات الصحية لتبرير تطبيقات الرقابة، مما أدى إلى زيادة السيطرة على البيانات الشخصية دون مقاومة واسعة. كذلك، يعمل التدرج والتأجيل الخوارزمي عبر الذكاء الاصطناعي في فيسبوك، الذي يقترح محتوى تدريجيًا يعزز الاستقطاب السياسي، بينما يؤجل الإصلاحات الحقيقية مثل مكافحة الأخبار الكاذبة إلى "المستقبل". هذا يعكس تقاطع التكنولوجيا مع السلطة، حيث أصبحت الشركات مثل غوغل وميتا "حكامًا غير منتخبين" يشكلون الرأي العام. بالإضافة إلى ذلك، الاستهداف العاطفي والعزل يحدث من خلال الخوارزميات التي تعزز "غرف الصدى"، حيث يُعزل الأفراد

في فقاعات إعلامية تعتمد على العواطف، مما يزيد من اللامساواة والجهل. في الانتخابات الأخيرة مثل تلك في الولايات المتحدة عام 2024، ساهمت

هذه في انتشار الشائعات، مما يلقي اللوم على "الآخر" بدلاً من النظام. هذه التأثيرات تجعل السيطرة أكثر فعالية؛ فبدلاً من الدعاية الصريحة، أصبحت "ناعمة" من خلال البيانات والتخصيص، كما يحلل تشومسكي في أعماله اللاحقة حول الرأسمالية الرقمية.

المقاومة: تعزيز الوعي النقدي والتعليم الحر كما يؤكد تشومسكي الحقيقي، لا تكمن المقاومة في التمرد العنيف، بل في بناء وعي نقدي يفكك هذه الآليات. يمكن تعزيز التعليم الحر من خلال برامج تركز على التفكير النقدي، مثل دراسة مصادر الإعلام وتحليل الخوارزميات. في دول مثل السعودية، يمكن دعم مبادرات مثل "التعليم الرقمي" ليشمل الوعي الإعلامي بدلاً من الاستهلاك السلبي. كذلك، ممارسة التحقق الذاتي عبر أدوات مثل FactCheck.org أو Snopes تساعد في التحقق من الأخبار وتقليل الاعتماد على الخوارزميات، مما يقاوم الإلهاء والعواطف.

بناء الشبكات الجماعية يعني تشكيل مجموعات محلية أو عبر الإنترنت لمناقشة القضايا الحقيقية، مما يعالج العزل ويشجع على التعاون بدلاً من اللامساواة. الدعوة للتنظيم الرقمي تشمل مطالبة المنصات بإصلاحات، مثل الشفافية في الخوارزميات، كما حدث في حملات الاتحاد الأوروبي ضد "الاحتكار الرقمي" في 2024. أخيرًا، التأمل الشخصي يتطلب تخصيص وقت يومي للقراءة العميقة أو التأمل، لمواجهة "الطفولة" الرقمية واستعادة السيطرة على الوعي. بهذه الطرق، يصبح الفرد مشاركًا نشيطًا، لا ضحية، كما يدعو تشومسكي إلى "ديمقراطية حقيقية" تعتمد على الوعي الجماعي.

هذه الاستراتيجيات ليست قدرًا محتومًا، بل دعوة للتأمل. بفهم آلياتها، نستطيع تحويل السيطرة الناعمة إلى قوة للتغيير، محافظين على حرية الفكر

المراجع

1. Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.
2. Silent Weapons for Quiet Wars (1979). نص مجهول المؤلف، نشر في السبعينيات كجزء من نظريات المؤامرة
3. International Monetary Fund (IMF). (2024-2025). تقارير المراجعة السنوية (Article IV) لدول مثل مصر، العراق، تونس، لبنان، الأردن، ليبيا، واليمن. متاح على: https://www.imf.org/en/Publications/CR.
4. UNICEF. (2024-2025). تقارير عن التعليم في الشرق الأوسط وسوريا واليمن والسودان. متاح على: https://www.unicef.org/reports.
5. Human Rights Watch (HRW). (2024-2025). تقارير عن الانتهاكات في مصر، العراق، الأردن، وسوريا. متاح على: https://www.hrw.org/reports.
6. Amnesty International. (2024-2025). تقارير عن قمع الإعلام في مصر وتونس. متاح على: https://www.amnesty.org/reports.

7. We Are Social. (2025). تقرير Digital 2025 عن استخدام وسائل التواصل في الشرق الأوسط. متاح على: https://wearesocial.com/digital-reports.

8. Atlantic Council. (2025). تقرير عن الانتخابات في العراق. متاح على: https://www.atlanticcouncil.org/reports.

9. Freedom House. (2024). تقرير عن حرية الإعلام في تونس. متاح على: https://freedomhouse.org/reports.

10. ISD Global. (2024). تقرير عن خطاب الكراهية في الأردن. متاح على: https://www.isdglobal.org/reports.

11. World Bank. (2025). تقارير اقتصادية عن لبنان والأردن. متاح على: https://www.worldbank.org/reports.

12. UNESCO. (2025). تقرير عن الحوكمة الرقمية والذكاء الاصطناعي في مصر. متاح على: https://www.unesco.org/reports.

13. ACLED. (2025). تقرير عن النزاعات في العراق وسوريا. متاح على: https://acleddata.com/reports.